WWW.DIEWIRTSCHAFT-KOELN.DE | AUSGABE 04.18

DIE WIRTSCHAFT

DAS WIRTSCHAFTS-MAGAZIN FÜR KÖLN UND DIE REGION

MESSE-HIGHLIGHTS

gamescom und photokina in Köln

DIE SPRACHE IM NETZ

Zwischen "I bims", Trollen und "Political Correctness"

KOMMUNIKATION

Im Zeitalter der Digitalisierung

Foto: Alex Weis

Für den 1. FC Köln ist NetCologne jetzt auch IT-Cologne

Vom Netzwerk bis zum Rechenzentrum: NetCologne ist mit im Team.

Dominic Theißen ist IT-Leiter beim 1. FC Köln. Bei ihm spielt NetCologne so etwas wie den Libero: Wir liefern die IT, die den Spielbetrieb erst möglich macht. Vom Netzwerk, das Sportstätten und Offices verbindet, bis hin zum sicheren Rechenzentrum, in dem alle Daten zusammenlaufen. Auch wenn wir keine Tore schießen, sind wir stolz, ein Teil der Mannschaft zu sein.

Was können wir für Ihre IT tun? netcologne.de/business

NetCologne

Vorwort

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

nutzen wir unsere Titelgeschichte zum Thema Kommunikation doch einfach mal dazu, mit Ihnen zu reden. Ihnen zum Beispiel mitzuteilen, dass es uns, also **DIE WIRTSCHAFT**, quasi mehrfach gibt.

Da wäre zunächst einmal die Version „Print“, also die gedruckte Ausgabe. Sie erscheint alle zwei Monate, bringt einen interessanten Themenmix aus der Region, wobei das Business in all seinen Facetten im Vordergrund steht. Das aktuelle Magazin sowie alle archivierten Ausgaben können Sie zudem jederzeit – als zweite Option – auch kostenlos als E-Paper oder PDF online abrufen.

Als dritte Möglichkeit gibt es unser Internetportal www.diewirtschaft-koeln.de. Dort erwarten Sie zahlreiche tagesaktuelle Nachrichten, Neuigkeiten und Beiträge. Diese unterscheiden sich vom klassischen Printmedium und dem E-Paper. Der Aufbau und die Gestaltungsmöglichkeiten lassen mehr Raum für die individuelle Erstellung. Je nach Themenbereich und Nachrichtenlage können wir sehr zeitnah reagieren und uns als Medium auf aktuelle Sachlagen einstellen. In der Online-Welt bieten sich weitaus mehr Möglichkeiten, dem Leser Informationen und einen Mehrwert mitzugeben, wie bspw. die Implementierung von Bewegtbild-Material, Links zu interessanten weiterführenden Informationen, Einbindung von Galerien, interaktiven Karten und vieles mehr. Nicht zu vernachlässigen sind im WWW-Zeitalter natürlich auch die Gebiete SEO, SEM und Co. Was nützt die beste Meldung, wenn diese nicht gefunden und gelesen wird?

Als vierte Möglichkeit steht Ihnen auch noch unsere kostenlose DW-App für Android und iOS zur Verfügung. Als kurze und schnelle Informationsquelle für zwischendurch finden Sie hier unser Internetportal in der „schlanken“ Version. Und natürlich sind wir auch – als weiterer Verbreitungskanal – in den sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook und Co. aktiv.

Ständig wechselnde Algorithmen bei Suchmaschinen, rechtliche Vorgaben (Stichwort DSGVO), Wettbewerbsdruck, neue technische Möglichkeiten (wie bspw. AMP) und auch das stetig veränderte Medien-Konsumverhalten der Leser stellen die Redaktion immer wieder vor Herausforderungen. Diese täglichen Challenges schaffen wir, wie ich denke, ziemlich gut. Wie Unternehmen sich heute im Web präsentieren, aber auch ihre interne Kommunikation gestalten, erzählen wir in unserer Titelstory. Social Media wird in die Unternehmensstruktur eingeflochten, und schon entsteht das Social Intranet. Blitzschneller Meinungsaustausch unter den Mitarbeitern, um Aktuelles zu posten, Teams zusammenzustellen oder sich einfach statt eines Telefonats mit dem Kollegen drei Stockwerke höher per PC auszutauschen.

In unserem Bericht auf Seite 20 über die Via Culturalis sieht Dr. Joachim A. Groth, Vorsitzender der Bürgergemeinschaft Altstadt, zahlreiche Veranstaltungen in der Stadt, teils auf niedrigstem Niveau, die längst zu einem auch für die Wirtschaft schädlichen Image geführt haben. Der Verein hat sich intensiv mit dem Umfeld der geplanten Kulturmeile beschäftigt.

Alles könnte einfacher werden, wenn in unserer liebenswerten, dank des tollen Sommers noch mediterraner erlebten Stadt mehr und besser miteinander kommuniziert würde. Die Voraussetzungen jedenfalls sind gegeben. Wo sonst in der Welt sind Sprache und Getränk eins – nämlich kölsch? In diesem Sinne: „Loss mer jet schwade.“

Eugen Weis, Herausgeber

FPZ Data Protection

Jürgen Hingsen
- Weltrekordhalter im Zehnkampf: 3
- Olympia-Qualifikation und Teilnahme: 3
- Silbermedaille Europameisterschaft: 2
- Silbermedaille Weltmeisterschaft: 1
- Deutscher Meister: 3

„LEISTEN SIE SICH BEIM DATENSCHUTZ KEINEN FEHLSTART.“ JÜRGEN HINGSEN

www.dr-datenschutz.online

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE

KOMMUNIKATION

Im Zeitalter der Digitalisierung

.....ab Seite 06

CYBERSECURITY

Wichtig und oft vernachlässigt

.....ab Seite 13

INTERVIEW MIT FRANK THELEN

"Geld war nie das Wichtigste"

.....ab Seite 14

IMPRESSUM

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

Objekt- und Anzeigenleitung:
Alex Weis
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
Telefon: 0221.4743924
anzeigen@diewirtschaft-koeln.de

Redaktionsleitung:
Matthias Ehlert (ViSdP)
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
redaktion@diewirtschaft-koeln.de

Redaktion:
Matthias Ehlert *(me)*, Heribert Eiden *(he)*, Monika Eiden *(mei)*, Christian Esser (ce), Catrin Kindler *(ck)*, Edda Nebel *(en)*, Alena Staffhorst *(as)*, Astrid Waligura *(aw)*, Eugen Weis *(ew)*

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

Jahrgang: 3, Heft 4/2018

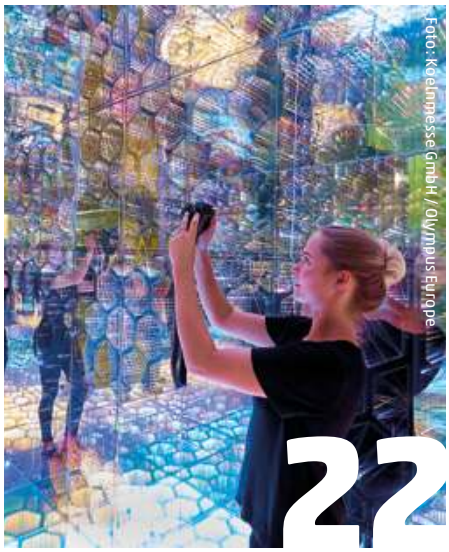
Druck: Druckhaus DOC
Zeißstr. 23-27, 50171 Kerpen
Telefon: 02237.9757011

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

Auflage: 17.000 Exemplare

Beilage: Schultz GmbH & Co. KG

© Weis Wirtschaftsmedien GmbH 2018 - Nachdruck und Vervielfältigungen jeglicher Art, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Alle Urheberrechte liegen bei DIE WIRTSCHAFT / oder beim Verlag bzw. den Autoren. Auch Werbeschaltungen sind urheberrechtlich geschützt. Es gelten unsere AGBs. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln. Unser Verlag wird beraten und rechtlich vertreten durch:Rechtsanwälte Stiletto Wilhelm & Kollegen.



PHOTOKINA 2018

Umfassender, virtueller und innovativer

..... ab Seite 22

WORK-LIFE-BALANCE

Tipps für die Entspannung zu Hause

..... ab Seite 56

EVENT-LOCATION

Design Offices Köln Dominium

.....Seite 66

Außerdem: **Studie: Digitalisierung und Führungskräfte** S. 10 | **STARTPLATZ im Kölner Mediapark** S. 18 | **Gamescom stellte Spielevielfalt in den Fokus** S. 34 | **Sonderthema: Recht & Steuern** ab S. 36 | **IHK Köln: Strukturdaten für das Rheinland ab** S. 44 | **Nachhaltig Wirtschaften** ab S. 62 ... und vieles mehr ...

IMMER UP TO DATE

www.diewirtschaft-koeln.de

Hinweise: Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 01.11.2017. Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht in jedem Falle die Meinung des Herausgebers wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos übernimmt DIE WIRTSCHAFT keine Haftung. Für fehlerhafte oder unterbliebene Angaben übernehmen wir keine Gewähr.
Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlages oder infolge von Störungen des Arbeitsfriedens bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag.
Es gelten unsere AGBs.

Copyright/ Urheberrecht: Nachdruck und Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung von Weis Wirtschaftsmedien GmbH.
Alle Urheberrechte liegen bei DIE WIRTSCHAFT bzw. den Autoren. Auch Werbeschaltungen sind urheberrechtlich geschützt. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln.

Datenschutz/Disclaimer: Sie finden in unserer Print-Ausgabe an verschiedenen Stellen sogenannte QR-Codes. Diese ermöglichen Ihnen mit einer App für das Smartphone oder Tablet diese einzuscannen. Daraufhin werden Sie bequem direkt zu dem jeweiligen Online-Angebot weitergeleitet. Auf unserem Internetangebot finden Sie bspw. weiterführende Infos oder können direkt an Gewinnspielen teilnehmen. Dabei erheben wir Analysedaten für statistische Zwecke und zur Verbesserung unseres Angebots, die wir bspw. durch anonymisiertes Tracking erfassen. Es werden dabei keinerlei persönliche Daten erfasst oder an Dritte weitergegeben.
Weitere Informationen und die Möglichkeiten diese Datenerhebung zu unterbinden finden Sie online in unserer Datenschutzerklärung unter: www.diewirtschaft-koeln.de/datenschutzerklaerung
Zudem können Sie direkt auf Links klicken, die sich in unserer Ausgabe befinden (z.B. im E-Paper oder der PDF-Version). Der Verlag übernimmt dabei keine Haftung für etwaige Fehler oder Irrtümer und wir weisen daraufhin, dass allein die jeweiligen Seitenbetreiber für die Inhalte verantwortlich sind.

Stand August 2018

Bei **AMP**, **Local Based Services**, **Responsive-Design** oder **DSGVO** stehen Sie auf dem Schlauch?

KEIN PROBLEM!

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

WEBSITE-BUILDING

SOCIAL MEDIA BETREUUNG

MARKETING

DSGVO-BERATUNG

E-COMMERCE

SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

MOBILE APPS

Ob lokaler Dienstleister, KMU, Start-up oder Großprojekt: Mit über 10 Jahren Erfahrung in der digitalen Welt, helfen wir auch Ihnen beim erfolgreichen Auf- oder Ausbau Ihrer Online-Präsenzen.

CityNEWS

CityNEWS Verlag
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
Tel.: 0221 - 47 43 923
info@citynews-koeln.de

„LOSS MER ÜVVER KUMMELEKANT KALLE“

Wie sich Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung wandelt

Ständig griffbereit - auf das Smartphone verzichten? Für viele Menschen unmöglich.

Foto:weedezign - Fotolia.com

Weed jemaach! Schwatzen wir doch mal eine Runde über Kommunikation. Und das könnte ganz schön kompliziert werden. Denn Kommunikation ist kompliziert. So viele Faktoren spielen eine Rolle dabei. Verbal und nonverbal, es gibt so viele Analysetools. Was sagt jemand? Wie sagt man etwas? Wie klingt die Stimme? Er klingt irgendwie erkältet. Irgendwie nasal. Der Arme. Was hat er eigentlich noch mal gesagt? – Kommunikation kann auch schiefgehen. Gute Besserung.

Die Kommunikation ist es, mit der jede Beziehung steht und fällt, ganz gleich, ob es sich dabei um private oder unternehmerische Partnerschaften handelt. Ehe, Freundschaft, Verhandlungspartner, Koalitionen und Geschäftsbeziehungen: Im Zeitalter der Digitalisierung hat sich die Art und Weise, wie wir miteinander kommunizieren, stark gewandelt. Doch bleibt bei diesen Veränderungen auch klar, dass Paul Watzlawicks These, dass man nicht nicht kommunizieren kann, immer noch so aktuell ist wie eh und je.

SMS prägte eine Generation, dann war's vorbei

Es verändert sich in Rekordzeit. Auf- und Abstiege gehen schnell. Wo noch vor gut fünf bis zehn Jahren kaum ein Weg an der SMS vorbeiführte, stirbt diese Art der Kommunikation zunehmend aus. Heute kann man die Personen, mit denen man noch per SMS kommuniziert, an einer Hand abzählen. Im Jahr 2017 wurden weniger SMS versendet als im Jahr 2000, als Smartphones noch Zukunftsmusik waren und stattdessen noch mittelschwere „Knochen“ in den Hosentaschen steckten, dafür aber unkaputtbar waren. Das Handy konnte mal telefonieren und SMS versenden. Heute sieht das anders aus. Die Menschen suchen regelmäßig nach den neuesten Smartphones und technischen Geräten – und die können wesentlich mehr. Social Media und Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp, Facebook Messenger und Co. haben den Kommunikationsmarkt erobert und vereinnahmt. Politik wird heute nicht mehr in Parlamenten gemacht, sondern per Tweet, von welchem Ort auch immer. Quasi eine SMS mit 140 Zeichen – nur halt für alle sichtbar.

Jogis „Influencer“ machen Sorgen

Doch haben diese neuen Kommunikationswege nicht nur Vorteile. Denn Kommunikation kann auch schiefgehen oder Dinge zum Vorschein bringen, die man nicht erfahren wollte. Der DFB weiß das jetzt. Nachdem man selbst nachgewiesen hat, dass man die eigene Kommunikation nicht mehr im Griff hatte, hat man sich zur Zusammenarbeit mit einer Kommunikationsagentur entschlossen. Neudeutsch gesprochen, hat man beim DFB wohl die Strahlkraft der „Influencer“ unterschätzt. Mesut Özil erreicht ohne Umwege über soziale Medien über 70 Millionen Menschen im Netz. Das gilt für alle Dinge, die er postet, teilt und für sonstige Interaktionen. Ob dreiteiliger Text auf Englisch, Verlinkungen bei Fotos oder auch Hashtags. Das hat Strahlkraft. Was Jogis Jungs so im Internet posten, wird gesehen. Weltweite Aufmerksamkeit ist garantiert.

Raue Töne

Zwar ist es gut und auch ziemlich praktisch, von so ziemlich jedem Ort in der Welt „mal schnell“ eine Nachricht schicken zu können. Egal, ob per Text, Sprachnachricht, Bild oder per Video. Doch gerade durch den Schutz der vermeintlichen Anonymität in sozialen Netzwerken hat sich die Art und Weise der Kommunikation oft auf ein Niveau abgesenkt, dass spontan geäußerte Stammtischsprüche aus Offline-Zeiten wie süßlich-politisch-korrekte Aussprüche daherkommen. Der Ton wird rauer, auch „offline“ auf der Straße, gerne inklusive Rechtschreib- und Grammatikfehlern, on- wie offline. Nie zuvor waren Kommunikationsströmungen und Meinungen so leicht zu manipulieren. Bewusste Fehlinformationen können binnen Minuten großen Menschenmengen dargestellt werden. Trolle kleistern Pinnwände und Kommentarspalten mit Inhalten zu und vergiften bewusst das Kommunikationsklima. Strömungen von den äußeren Rändern der Gesellschaft haben diese Kommunikationsplattformen lautstark vereinnahmt – der Großteil, die Mitte der Gesellschaft, sieht größtenteils verstummt zu. Historisch bedenklich.

Doch was gesellschaftlich zuweilen schadet, nutzt der Industrie und unzähligen Unternehmen. Denn über soziale Medien können sie viel leichter mit ihren Kunden kommunizieren als zu Zeiten, wo die Bevölkerung noch nicht ständig über Laptop, Tablet oder Smartphone hing. Posts, Fotos, Videos und Co. sorgen im Netz für Unterhaltung und schaffen Information. Influencer vergrößern im Netz die eigene Reichweite per Hashtag.

Social Media unternehmensintern – Social Intranet

Längst schwören Firmen auf eigene Firmenblogs, von Berichten über das Gartenfest bis hin zu Verbrauchertipps und Co. Sie versuchen die Kommunikation persönlicher zu machen – um auch mal einen dezenten Blick hinter die Kulissen zu ermöglichen und auf den potenziellen Kunden, der gerade liest und vorbeischaut, sympathisch zu wirken. Es soll trotz unpersönlicher Datenflut wieder persönlicher werden mit der Kommunikation. Und auch innerhalb der Unternehmen soll Kommunikation persönlicher und „social“ sein. So gibt es zunehmend die Bestrebung, Social Media ins Firmengeflecht zu integrieren. Das nennt sich dann Social Intranet, eine Erweiterung des bereits bekannten Intranets – quasi Facebook für das eigene Unternehmen. Die User, sprich die Angestellten und Mitarbeiter, können über das Social Intranet miteinander kommunizieren und schnell die Leute finden, die ihnen unternehmensintern weiterhelfen können. Da legt dann jeder Mitarbeiter ein Profil an, schreibt, welcher Abteilung er angehört und bei welchen Sachen er besonders gut Bescheid weiß. Dokumente können gemeinsam verwaltet, Kalender angelegt, geteilt und Gruppen zur Zusammenarbeit erstellt werden. Große Player wie Siemens, Philips oder die Telekom arbeiten längst mit solchen Strukturen. Dabei verfolgen alle dasselbe Ziel – eine Verbesserung der internen Kommunikation, schnell, direkt und – trotz Distanz und PCs – irgendwie persönlich. Außerdem haben gerade junge Arbeitnehmer eine zunehmend größere Erwartungshaltung an die im Unternehmen verwendeten Kommunikationsformen. Sie haben es nämlich gar nicht mehr anders kennengelernt. Seit Jahren werden keine Zettelchen mehr zur Kommunikation über mehrere Personen weitergeleitet, sondern unter dem Tisch wird einfach über 4,23 Meter Luftlinie hinweg schnell getextet. Ende-zu-Ende-verschlüsselt! Keine Chance für den Lehrer, ohne PIN-Code-Abfrage die Nachricht einsehen und abfangen zu können – von den neugierigen Mitschülern, die damals den heimlichen Transport gewährleisten mussten, mal ganz zu schweigen. Frankreich verbannte kürzlich das Smartphone gesetzlich aus den Klassenräumen. Kommunikation wird wieder komplizierter.

Foto: Production Perig - Fotolia.com

Ziel der Unternehmen im Netz - über Kommunikation Interaktion schaffen.

Video Chatbot kommuniziert mit dem User

Und Kommunikation wird komplexer. Unternehmen kommunizieren nicht nur nach innen, beispielsweise per Social Intranet, sondern auch nach außen. Besucht ein User die Website, beginnt sofort die Kommunikation. Das Ziel ist, den User zu unterhalten und ihm gleichzeitig genau zu den Dingen zu führen, die er auf der Seite sucht. Schnell, ohne Hürden, einfach halt. Auf vielen Websites helfen hier längst sogenannte Chatbots. Diese suchen die richtigen Antworten auf die Fragen des Users heraus und teilen ihm diese mit. Neuerdings gibt es noch eine Erweiterung, den Video Chatbot. Kommunikation im Netz soll so wesentlich persönlicher auf der eigenen Website ablaufen. Das Aachener Unternehmen Interactive Pioneers hat für seine eigene Website so einen Video Chatbot konzipiert, der den User fortan über die Website führt. Hier führt nicht ein Chatbot, sondern der Firmenchef per Videoeinspielung über die Seite. Der User tippt eine Frage ein oder wählt sie aus und schon wird die passende Antwort per Video dargestellt.

Kommunikation ist alles. Offline wie online. Die Art und Weise ist wichtig, der Ton macht die Musik. Wer Gefahren unterschätzt, dem kann die eigene und äußere Kommunikation schnell um die Ohren fliegen, siehe DFB. Kommunikation kann aber eine Erfolgsformel sein. Persönlich, direkt und nicht zu verbissen. Nicht jedes Wort muss auf Goldwaagen gelegt und hinterfragt werden. Und in Zeiten, wo einem das Smartphone im Minutentakt die neuesten Meldungen präsentiert, lautet ein Rezept für eine gute Kommunikation, auch mal das Handy auszumachen. Mit klarem und erholtem Kopf gelingt Kommunikation immer noch am besten.

Christian Esser

VON KLEIDERSCHRÄNKEN UND GOOGLE-RANKINGS

Politisch korrekt, kollektives Duzen und „Hallo, I bims“ – Kommunikation ist breit gefächert

Foto: stockpics - Fotolia.com

Firmen stehen in ständiger Konkurrenz, um sich die ersten Plätze bei der Google-Suche zu sichern.

Die Kommunikation ist eine Königin – die Königin der Anpassung. Sprache, Gestik, Mimik, die äußere Gestaltung wie Kleidung oder Aufmachung passen sich den Gegebenheiten an. Witze zu reißen ist auf Sommerfesten oder im Kabarett durchaus mal angebracht, auf Beerdigungen oder während Abiturklausuren aber eher nicht. Gerade die Sprache und deren Verwendung ist regelrecht verwandelbar.

Sprache hat einen großen Kleiderschrank

Erst maßgeschneidert angepasst, dann überprüft und nach einiger Zeit neu eingekleidet. Kommunikation schlüpft je nachdem, worauf es ankommt, in das richtige Gewand. Und wenn es mal nicht funktioniert, dann war das Outfit schlecht gewählt. Comedy, Satire oder auch Gangster-Rap verstecken sich mit ihrer Sprache, die sie bis zum Maximum ausreizen dürfen, hinter der Kunstfreiheit – sie geben sprachlich zuweilen ihr letztes Hemd. Gleichzeitig schafft es Satire manchmal gerade deshalb etwas besser als Journalisten oder vermeintliche Experten, auch komplizierte Zusammenhänge verständlich zu verdeutlichen – da ist sprachlich der Gürtel enger geschnallt. Sprache wird in der Satire und Comedy ganz anders genutzt, kompromisslos und mit idealem Timing für die Pointe. Doch das gilt für viele andere nicht. Da muss Sprache anders sein. Politiker und Firmenchefs müssen sich möglichst politisch korrekt ausdrücken, völlig unangreifbar – zugeknöpft, klassisch im Anzug, auf jedes Wort bedacht. Das gilt bei deren Kommunikation auch gerade für die Worte, die nicht gesagt werden. Hinzu kommt dann noch Umgangssprache, in legerer Freizeitmode, die ist eher was für andere Anlässe. Ein prall gefüllter Kleiderschrank mit unzähligen Kombinationsmöglichkeiten. Inklusive „Hallo, I bims“-T-Shirt, sofern man auf Jugendsprache steht.

Digitalisierung verändert Sprache und Kommunikation im Netz

Durch die Digitalisierung, durch Algorithmen und Analyseparameter, die vieles errechnen und einordnen, verändert sich auch Kommunikation im Internet. So hat sich auch die Herangehensweise an Texte, die möglichst viel und oft gelesen werden sollen, verändert. Die Kernfragen dahinter: Was tippen die User bei ihrer Suche ein? Und wie stehe ich dann ganz oben? Die Unterschiede sind längst spürbar. Texte, die gedruckt werden, unterliegen diesem Zwang nicht. Doch bei der Veröffentlichung rein digitaler Machwerke im Netz ist die Herangehensweise eine ganz andere. Da wäre das Wort „Veröffentlichung“ schon mal nicht so gut. Der Nominalstil wird in der suchmaschinenoptimierten Welt nicht gerne gesehen, so wie auch Füllwörter. Darauf reagieren auch Unternehmen weltweit. In Deutschland herrscht unter Firmen längst ein ständiger Wettlauf um einzelne Worte – oder auch Keywords.

Worte ohne Ende für das Google-Ranking

Manche Unternehmen haben mittlerweile kleinere Redaktionen oder beschäftigen mehrere freie Mitarbeiter, die nur damit beschäftigt sind, Texte zu bestimmten

Suchbegriffen zu schreiben, damit die Platzierungen bei Google auf der ersten Seite bei der Suche erscheinen. Das zieht sich durch sämtliche Branchen, die irgendwie online kommunizieren – und das machen mittlerweile fast alle, ganz gleich ob Autobauer, Start-up-Unternehmen oder Bestatter. Eine regelrechte Textindustrie, die das Internet befüllt, ist entstanden. Dabei zu beachten: Der Text muss schön lang sein, aber auch keine Wall-of-Text, einfach zu lesen (keine langen Sätze), das Keyword muss oft vorkommen, aber auch nicht zu oft, es muss einzigartig sein, ein Zitat ist immer gut und vielleicht enthält der Text noch irgendeine sinnvolle Information, außerdem noch eine gut aufgemotzte Überschrift und Zwischenüberschriften, die das Keyword aufgreifen müssen. Schier nicht enden wollende Schachtelsätze mit großen Aufzählungen wie eben sind zwingend zu vermeiden. Viel zu lang. Bei Online-Texten öfters mal einen Punkt machen. SEO ist das Stichwort. Mit Kommunikation, gegenseitigen Verlinkungen und guter Seitenprogrammierung ganz nach oben. Immer der Frage nach: Was sucht der User?

Newsletter als Kommunikationsinstrument

Hat das Unternehmen diesen User dann gefunden oder eher umgekehrt, muss er auf der Website bleiben. Kommunikation erzeugt Interaktion – und gleichzeitig auch Unterhaltung. Kommunikation ist auch immer ein Stück weit Entertainment. Und durch das Setzen von Cookies und das unaufhaltsame Sammeln von Daten möchten die Unternehmen ihre Performance, Kommunikation und ihr Entertainment im Netz verbessern. Denn Kunden sollen ans Unternehmen gebunden werden. Seit Jahren setzen Firmen im Netz auf Newsletter. Diese werden zumeist mit einfachen Gutscheinaktionen auf die nächste Bestellung oder nicht anfallenden Versandkosten angepriesen. Viele nehmen dieses Angebot im ersten Schritt dankend an. Doch dann gilt es, mit dem Newsletter im Postfach der User nicht in der Sparte „Spam“ einsortiert zu werden. Doch was schreibt man in so einen Newsletter? Wie oft schicke ich den Newsletter raus? Denn bei der Kommunikation sowohl online als auch offline ist das richtige Timing von großer Bedeutung und längst nicht alle Firmen haben noch Geld übrig, um eine App entwickeln zu lassen und diese dann entsprechend regelmäßig zu befüllen. Wie oft und insbesondere wann teile ich meine Nachrichten dem Verbraucher mit?

Regelmäßig, reduziert und trotzdem informativ

Die REWE Group zum Beispiel verschickt ihren wöchentlichen Newsletter zumeist sonntagmittags. Dort wird dann auf diverse Aktionen in den Märkten hingewiesen. Ob Spendenaktion für Bienen, spezielle Coupons für den Einkauf und natürlich auch die kommenden Produktangebote für die nächste Woche – alles dabei. Mit entsprechender Follow-Link-Möglichkeit noch weitere Informationen einsehen zu können. Zeitlich bewusst auf einen ruhigen Tag gelegt, wo Leute eben nicht einkaufen gehen, gerne aber schon einmal eine Liste für den nächsten Einkauf zu Wochenbeginn anlegen. Da kommt diese Nachricht per E-Mail für manchen zur rechten Zeit. Darüber hinaus lokal zugeschnitten, am besten direkt auf den nächstliegenden Markt.

Werbung und Marketing wird hyperlokal

Lokalität bzw. Regionalität ist ein wichtiger Punkt in der Kommunikation von Firmen mit dem Kunden, insbesondere offline. Gerade bei Plakatwerbungen fällt das auf, insbesondere in Köln, bisweilen sogar Hyperlokalität, auf einzelne Stadtteile abgestimmt. Hier fallen vor allem die roten Plakate der Früh-Brauerei auf, die immer wieder Wortspiele rund um Stadtteile kreiert. Kommunikation mit Humor und regionalem Bezug. Doch nicht nur die regionalen Brauereien setzen auf diese Art der Werbung an öffentlichen Plätzen, auch viele andere Unternehmen, die beispielsweise nur in dieser Region ihre Kunden suchen, wie NetCologne. Hier wird nicht ganz so viel Humor wie bei den Brauereien kommuniziert, stattdessen wird hier bei der Sprachauswahl auf junge, dynamische Formulierungen gesetzt. Digital angehauchte Kommunikation halt, passend zum Business.

„You can say you to me“

Kommunikation ist so vielschichtig. Unternehmen sollten immer im Auge haben, dass die Art und Weise der Kommunikation entsprechend der eigenen Firmenweltanschauung ist. Corporate Communications im Geiste der Corporate Identity. Es muss eben passen. Es ist auch in Ordnung, konsequent alle Menschen zu duzen – das weiß nicht nur IKEA, frei nach dem Motto: „You can say you to me.“ Sprachlich ist auch etwas anderes gar nicht möglich. Schwedisch – wie auch Englisch – kennt kein „Sie“. Eine gewisse Bildung über Interkulturalität kann da helfen, wenn das „Du“ einem nicht passt. Wer bestmöglich im Vorfeld einer anstehenden Kommunikation über diese informiert ist, egal mit wem und worüber, kommt meistens weiter. Doch so kompliziert die Welt der Kommunikation auch ist – ein Stück weit kölsches Grundgesetz spielt dabei immer noch mit: denn „et kütt wie et kütt“ und „et hätt noch emmer joot jejange“.

Christian Esser

Foto: adiruch na chiangmai - Fotolia.com

Drei essentielle Arbeitstools des 21. Jahrhunderts: Laptop, Smartphone und Kaffeetasse, um fit zu bleiben.

STUDIE: DIGITALISIERUNG UND FÜHRUNGSKRÄFTE

Wie sieht der richtige Führungsstil im Zuge der Digitalisierung aus?

Foto: Sin_Oliver - Fotolia.com

Digitale Technologien entwickeln sich mit Tempo weiter. Um einiges schneller, als der Mensch sich anpassen kann, und verlangen so den Fachkräften in ihrem Arbeitsalltag einiges ab. Vor diesem Hintergrund wird der Führungsstil der Vorgesetzten wichtiger denn je.

Deutschlands Fachkräfte haben eine klare Vorstellung davon, wie sie geführt werden möchten. 94 Prozent bevorzugen eine Führungskraft, die als Vorbild dient, eine Vision vermittelt und ihre Mitarbeiter motiviert – auch **transformationaler Führungsstil** genannt. Ebenso erwünscht sind Vorgesetzte, die konkrete Ziele formulieren und konstruktives Feedback geben (**strategische Führung** – 88 Prozent) sowie wertorientiert handeln und Selbstständigkeit fördern (**ethische Führung** – 84 Prozent). Das haben die Internet-Jobplattform StepStone und das Kienbaum Institut @ ISM in einer Studie unter 13.500 Fach- und Führungskräften herausgefunden. Die Untersuchung zeigt, wie Führungskräfte sich selbst sehen und wie sie von ihren Mitarbeitern bewertet werden. So zeigt die Studie, dass die Innovationsleistung und das sogenannte Work Engagement der Mitarbeiter steigen, wenn transformationale und strategische Führung auf digitale Führungskompetenz treffen. Allerdings stellt die Mehrheit aller Fachkräfte ihrem Chef ein eher schlechtes Zeugnis aus. Nur 29 Prozent sehen in ihrem Vorgesetzten eine strategische Führungskraft. Noch weniger (21 Prozent) geben an, transformational geführt zu werden. Der Aussage, ihr Chef führe ethisch, stimmt nicht mal jede zehnte Fachkraft zu. Stattdessen gibt mehr als die Hälfte aller Befragten an, von einem direktiven Vorgesetzten geführt zu werden. Also von einem Chef, der erwartet, dass seinen Anweisungen strikt Folge geleistet wird.

„Die Digitalisierung und die sich wandelnden Märkte zwingen Unternehmen dazu, ihre Organisationsstrukturen neu zu denken. Hierbei sind es vor allem Führungskräfte, die sich neu aufstellen müssen. Der alte Führungstyp, der Aufgaben strikt anordnet und Mitarbeiter streng überwacht, kommt immer seltener vor“, sagt Dr. Sebastian Dettmers, Geschäftsführer bei StepStone.

Die Untersuchung zeigt, dass Führungskräfte sich deutlich positiver sehen, als sie von ihren Mitarbeitern tatsächlich bewertet werden. Der Großteil aller befragten Vorgesetzten sieht sich als strategische, ethische und transformationale Führungskraft. Direktiv zu sein, erklären dagegen nur wenige Befragte. „Der Unternehmenserfolg hängt maßgeblich von Führungskräften ab, die sich ihres Führungsverhaltens sehr bewusst sind und reflektieren, welchen Einfluss – positiv wie negativ – dieses auf ihre Mitarbeiter und die Organisation hat“, sagt Walter Jochmann, Geschäftsführer von Kienbaum. „Es gibt nicht den einen Führungsstil mit Erfolgsgarantie – differenzierte Führungsmodelle, die auf die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter und Besonderheiten der Organisation gleichermaßen eingehen, sind der Schlüssel.“

Matthias Ehlert

DIGITAL 2018

07.- 08. NOVEMBER
KÖLN

SEIEN SIE DABEI

DIGITALISIERUNG EINFACH MACHEN!

Jetzt Tickets sichern unter
www.digital18.de

NEIL HARBISSON
Cyborg-Aktivist

PROF. DR. MIRIAM MECKEL
Herausgeberin der WirtschaftsWoche

STEVE WOZNIAK
Apple Co-Founder

Die Themenvielfalt der Digitalisierung auf einem Event.

INNOVATION – TECHNOLOGIE – LEADERSHIP – PRAXISBEISPIELE

Präsentiert und diskutiert von den führenden Köpfen der Zukunftsbranche. Keynotes, Talks, Auszeichnung der „Digital Champions“, 360° Live Music Act u.v.m.

Erleben Sie schon heute Lösungen, die Ihre Zukunft entscheidend prägen werden. Werden Sie Teil des einzigartigen Digitalisierungsformats.

www.digital18.de

EINE INITIATIVE DER

IN KOOPERATION MIT

MEDIENPARTNER

DIGITALISIERUNGS-STRATEGIE

RFH-Studierende unterstützen Kölner Handelsbetriebe auf dem Weg in die Digitalisierung

Foto: Retail Academy

Know-how für erfolgreiche digitale Geschäfte.

Im Masterstudiengang „Digital Business Management" der Rheinischen Fachhochschule Köln (RFH) stehen Studierende des aktuellen Kurses „E-Commerce & Content Business" vor einer besonderen Praxisherausforderung.

Eine Untersuchung der Industrie- und Handelskammer zu Köln (IHK) machte deutlich, dass viele Gewerbetreibende zwar unter der zunehmenden Online-Konkurrenz zu leiden haben – ihnen aber oftmals sowohl Idee als auch Handwerkszeug fehlen, um selbst digitale Chancen erkennen und nutzen zu können. Aus dieser Erkenntnis heraus entstand die Idee einer Zusammenarbeit zwischen IHK und der RFH: Studierende beraten – begleitend zu den in den Theoriesitzungen diskutierten Inhalten – in Teams mit jeweils drei Studierenden von der IHK Köln benannte Handelsbetriebe auf dem ersten (und zweiten) Schritt in die Digitalisierung. Somit können Studierende die erworbenen Kenntnisse im Rahmen einer maßgeschneiderten Digitalisierungsstrategie sofort und im Dialog mit dem jeweiligen Händler anwenden.

„Ein großartiger Vorteil für alle Parteien", so Prof. Dr. Stephan Erlenkämper, der das Projekt vonseiten der RFH betreut. Die Ergebnisse werden im Rahmen der 60-jährigen Jubiläumsfeier der Rheinischen Fachhochschule Köln im Oktober in der IHK Köln präsentiert.

Die RFH versteht sich als Bildungspartner, auch in der Digitalisierung. Der weiterbildende Master Digital Business Management der RFH ermöglicht Unternehmen durch die Qualifizierung ihrer Mitarbeiter ganz konkret, Kompetenzen im Bereich digitaler Geschäfte auf- und auszubauen. Die Inhalte dieses Studiengangs berücksichtigen die beruflichen Erfahrungen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und knüpfen daran an. Die digitalen Möglichkeiten werden auch didaktisch genutzt. Für den Studiengang wurde ein Blended-Learning-Konzept entwickelt, das die beiden Lernformen Präsenzlehre und E-Learning miteinander verknüpft. Die RFH setzt bewusst auf eine verstärkte Nutzung und Förderung der Selbstlernzeit, bei der Studierende nicht alleine gelassen werden. Der akkreditierte und staatlich anerkannte Bachelorstudiengang „Retail Management" bildet als erster Studiengang Deutschlands zum Experten für Herausforderungen des Omnichannel Managements aus. Er unterscheidet damit nicht zwischen on- und offline. Auf wissenschaftlichen Qualifizierungswunsch aus dem Handel hat die Rheinische Fachhochschule den Studiengang entwickelt, gemeinsam mit der Retail Academy. Der Kooperationspartner ist als unabhängige Institution im Handel in der internationalen Handelslandschaft bestens vernetzt und bietet Erfahrungsaustausch und praxisorientierten Wissenstransfer durch Praxismodule. Mit dem Studium wird eine wichtige Lücke für die Professionalisierung im Fachhandel geschlossen. Der Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern und Führungskräften ist groß. Retail Management (B.A.) ist als Vollzeit- oder dual praxisintegriertes Studium möglich, das heißt parallel zur beruflichen Tätigkeit im Unternehmen.

www.rfh-koeln.de

Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

#rfhkoeln

STUDIUM UND WEITERBILDUNG AN DER RFH
Know-how für erfolgreiche digitale Geschäfte

RETAIL MANAGEMENT
BACHELOR OF ARTS (B.A.)

Wie sieht die Zukunft des Handels aus? Welche Geschäftsmodelle setzen sich durch? Die Herausforderungen des Handels im Spannungsfeld zwischen On- und Offline sind groß.
Auf wissenschaftlichen Qualifizierungswunsch aus dem Handel hat die Rheinische Fachhochschule Köln (RFH) gemeinsam mit der Retail Academy Köln diesen akkreditierten und staatlich anerkannten Studiengang entwickelt.
Der Studiengang wird als Vollzeit- und als dual-praxisintegrierte Variante angeboten und startet jeweils zum Winter- und Sommersemester.

DIGITAL BUSINESS MANAGEMENT
MASTER OF ARTS (M.A.)

Sie möchten Ihre digitale Kompetenz auf den neuesten Stand bringen? Dann ist dieses Masterprogramm die ideale Grundlage für Ihre Aktivitäten in der digitalen Wirtschaft.
Der Studiengang wird als Vollzeit- und als berufsbegleitende Variante angeboten und startet jeweils zum Winter- und Sommersemester.

Weitere Informationen unter www.rfh-koeln.de

CYBERSECURITY

So wichtig und so oft völlig vernachlässigt

Foto: Michael Traitov - Fotolia.com

Der Schaden durch Cyberattacken in Deutschland liegt bei rund 54 Mrd. Euro pro Jahr.

Menschen geht es um Sicherheit. Das zeigen Umfragen, die immer wieder ermitteln, ob sich die Menschen sicher fühlen. Es ist ein subjektives Empfinden. Es stützt sich auf die eigene Wahrnehmung. Unsere Sinne nehmen unsere Umgebung wahr und kombinieren sie mit weiteren Informationen aus den Medien oder von anderen Menschen. Das Gehirn ermittelt daraufhin den Grad der gegenwärtigen Bedrohungslage.

Doch eine solche Analyse findet im alltäglichen Umgang mit Daten nicht statt. Über Cybersecurity machen sich viele Menschen keine großen Gedanken. Denn hier hört die Möglichkeit der Wahrnehmung durch die Sinne auf. Für viele ist das Thema Cybersecurity zu abstrakt. Die Datenmenge, die wir produzieren, ist für Otto Normalverbraucher nicht mehr überschaubar. Die Haltung „Das funktioniert schon irgendwie alles“ ist aber alles andere als förderlich.

Privat und geschäftlich: Cybersecurity ernst nehmen

Ohne großes Hinterfragen geben viele Menschen sensible Daten wie Kontoverbindungen und Ausweisdaten preis und laden diese für vermeintliche Sicherheitsabfragen irgendwie und irgendwo hoch. Und immer dort, wo elektronische Endgeräte mit dem Internet verbunden sind, sind diese Daten „on air“ – und bei schlechtem Schutz auch abgreifbar. Dabei handelt es sich um die digitale DNA der Person. Ebenso sensible Daten verarbeiten auch Unternehmen. Dies sind unter anderem Daten wie Prozessdaten, Baupläne, Finanzdaten, Personaldaten und vieles mehr – Dokumente, mit denen jedes Unternehmen steht und fällt.

Milliardenschäden für Wirtschaft durch Cyberattacken

Die sensiblen internen Dokumente, die oftmals das Geheimnis des Erfolgs der Firma sind, sind auf Computern abgespeichert, die mit dem Internet verbunden sind. Darauf haben es Kriminelle abgesehen. Zwar sind die Unternehmen und deren IT-Abteilungen bemüht, dass alle Systeme sicher und möglichst nicht angreifbar sind, doch in der Praxis scheint dies oft ganz anders zu sein, weiß Klaus M. Brisch. Der IT-Fachanwalt und Leiter des globalen Technologiesektors der internationalen Wirtschaftskanzlei DWF in Köln weiß, dass die Schäden für deutsche Unternehmen infolge von Cyberangriffen und Cyberdiebstahl in die Milliarden gehen. Schaden: Rund 54 Milliarden Euro jährlich, nur in Deutschland, europaweit schätzt die Kanzlei die Schäden auf 327 Milliarden Euro.

Cybersecurity betrifft auch kleine und mittelständische Unternehmen

Häufig wissen Unternehmen gar nicht, dass bei ihnen bereits Daten abgegriffen worden sind und der Schaden längst entstanden ist. „In Großbritannien sind über die Hälfte der Unternehmen schon einmal Opfer von Datendiebstahl geworden. Zwischen 1.000 und 9.000 Pfund betragen im Durchschnitt die Schäden für die Firmen“, erklärt Brisch. Dies zeige, dass auch viele kleine und mittelständische Unternehmen Ziel von Cyberangriffen sind. Sorglosigkeit beim Umgang mit Datensicherheit darf es also auf keinen Fall geben. Viele Unternehmen und deren IT-Abteilungen seien nicht in der Lage, Cyberangriffe abzuwehren. „Sie unterschätzen die Qualität der Angriffe und sind nur darauf bedacht, dass die Systeme einfach laufen“, meint der Fachanwalt. Er ist davon überzeugt, dass es sich gerade international tätige Firmen in Zukunft nicht mehr leisten können, nachlässig mit ihrer Datensicherheit umzugehen. „Verträge werden in Zukunft nur noch mit Partnern geschlossen, die nachweisen können, dass sie über ein funktionsfähiges Cybersecurity-Management verfügen.“

Christian Esser

Foto: DWF Germany

Klaus M. Brisch ist Experte für Cybersecurity und mahnt das Thema ernst zu nehmen.

SERIE: SCHÖNER SCHEITERN

„GELD WAR NIE DAS WICHTIGSTE“

Die jüngst erschienene Autobiografie von „Löwe“ Frank Thelen liest sich wie die Plauderstunde bei einem Grillabend mit guten Freunden.

Fotos: Frank Thelen / frank.io

Er ist einer der bedeutendsten deutschen Tech-Enthusiasten, ist erfolgreich als innovativer Gründer und erreicht mit der VOX-Show „Die Höhle der Löwen“ (DHDL) ein Millionenpublikum. In seiner Autobiografie „Startup-DNA. Hinfallen, aufstehen, die Welt verändern“, die seit Ende August auf dem Markt ist, lässt Thelen seine Leser einen Blick in seine ganz eigene DNA werfen, die vor allem davon getragen ist, ein besseres Verständnis fürs Gründen in Deutschland zu schaffen.

DIE WIRTSCHAFT: Sie sind einer der Hauptakteure zur Primetime im deutschen Fernsehen – für viele ist allein das schon ein echtes Lebensziel. Für Sie jedoch ist es eine von vielen Stationen. Welche waren für Sie die wichtigsten?

Frank Thelen: Das kann ich so konkret gar nicht sagen, jede war zu ihrer Zeit wichtig und hat mich geprägt. Ganz grundlegend habe ich aber sicher durch meine Skateboard-Zeit gelernt, dass es wichtig ist, ein Ziel hartnäckig zu verfolgen und nach dem Hinfallen immer wieder aufzustehen und weiterzumachen. Ohne diese Erkenntnis hätte ich die Zeit nach der Insolvenz meines ersten Startups sicher nicht so gut überstanden und wäre nicht so weit gekommen.

DIE WIRTSCHAFT: Auf welche Momente Ihres Lebens blicken Sie als die tragischsten zurück?

Frank Thelen: Hier fallen mir zwei ein: Zunächst, als ich zusammen mit meinem damaligen Geschäftspartner Severin den Mitarbeitern unserer twisd AG mitteilen musste, dass wir nun Insolvenz anmelden müssen. Hier wurden nicht nur meine, sondern auch die Träume vieler junger engagierter Menschen zerstört.
Der zweite tragische Moment hängt eng damit zusammen: Ich hatte mich von unserer Hausbank überreden lassen, für die Kredite der twisd zu bürgen. Als die Bank mich dann als Bürgen in Anspruch nehmen wollte, musste ich mit Mitte 20 meinem Vater beichten, dass ich einen so hohen Schuldenberg angehäuft hatte, dass ich selbst mithilfe meiner Familie nicht einmal die Zinsen bedienen konnte. Ich stand vor dem Nichts. Meine Eltern, die alles für mich getan hatten, so zu enttäuschen, das war wirklich bitter.

DIE WIRTSCHAFT: Aber ein bisschen haben Sie ja doch richtig gemacht, sonst stünden Sie nicht da, wo Sie sind. Was war Ihre Motivation?

Frank Thelen: Wie gesagt, das Skateboardfahren hat mich gelehrt, dass man immer wieder aufstehen muss. Und so habe ich dann mit der Bank einen Vergleich gefunden und konnte mich mit Erfolg auf mein nächstes Unternehmen konzentrieren.
Meine Überzeugung ist, dass man zu 80 Prozent selbst seines Glückes Schmied ist und dass das meiste erlernbar ist. Damit meine ich nicht unbedingt die Schule, mit der ich mich selbst schwergetan habe. Das, was wirklich wichtig ist, habe ich außerhalb von ihr im echten Leben gelernt. Und auch die Fachhochschule habe ich schnell verlassen, da die Lerninhalte einfach nicht auf der Höhe der Zeit waren.

DIE WIRTSCHAFT: Keine guten Aussichten für unser aktuelles Schulsystem ...

Frank Thelen: Ja, das ist ein echtes Problem! Unsere Welt verändert und entwickelt sich gerade so schnell, dass Schulen und Universitäten damit kaum Schritt halten können. Wenn man sich Informatikräume an Gymnasien ansieht, stehen dort oft noch Röhrenmonitore, während die Schüler natürlich die neuesten Smartphones haben – die können den Unterricht gar nicht ernst nehmen. Hier herrscht dringender Handlungsbedarf und wir müssen Wege finden, wie Bildungseinrichtungen wieder den Anschluss kriegen können.
Vieles findet heute außerhalb des klassischen Bildungssystems statt: Wer sich mit Blockchain, KI und Big Data auskennt, muss gar nicht mehr den Weg über die Uni gehen, sondern kann direkt bei den großen IT-Unternehmen anfangen oder sein eigenes Unternehmen gründen.
Im Gegenzug sind viele andere schon abgehängt, wenn sie mit Schule oder Ausbildung fertig sind. Das müssen wir ändern!

DIE WIRTSCHAFT: Sie meinen es ernst. Heute unterstützen Sie junge Gründer und das Format „Höhle der Löwen“ macht Lust aufs Gründen. Was bringen Sie persönlich ein – außer Kapital natürlich?

Frank Thelen: Natürlich profitieren die Gründer auch von unserem Geld. Viel mehr aber von unserem Netzwerk, unseren Erfah-

rungen und von der Zeit, die wir in sie und ihre Unternehmen stecken. Viele der Fehler, die man in der Frühphase eines Unternehmens machen kann, habe ich selbst schon gemacht und kann so andere davor bewahren. Außerdem ist uns wichtig, dass wir die Start-ups untereinander vernetzen, sodass sie sich gegenseitig bei Fragen und Problemen helfen können. So sprechen wir bei unseren Beteiligungen im Lebensmittelbereich wie Ankerkraut oder Lizza auch ganz bewusst von der „Food-Family". All das sind Dinge, die man mit Geld nicht kaufen kann. Wir bei Freigeist fühlen uns immer mehr als Co-Founder anstatt als Investoren.

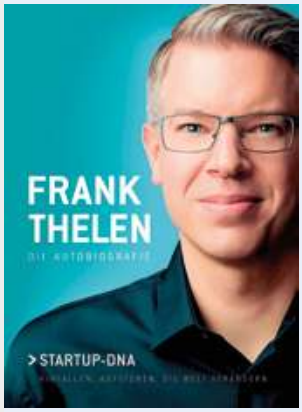
DIE WIRTSCHAFT: Was – außer Ihrer Arbeit – ist Ihnen im Leben noch wichtig?

Frank Thelen: Ich würde lügen, wenn ich nicht zugeben würde, dass mir Erfolg wichtig ist. Und natürlich nimmt meine Arbeit auch einen großen Teil meines Lebens ein. Zu gründen und Gründer zu begleiten ist meine Passion. Das Fundament, das all das möglich macht, ist aber meine Frau. Sie bringt Ruhe und Ordnung in mein Leben und gibt mir Kraft. Durch sie habe ich einen Ausgleich zu dem hektischen, unkontrollierbaren Start-up-Leben.

Edda Nebel

Schon beim Skaten machte Frank Thelen die alles bestimmende Erfahrung: „Immer wieder aufstehen!"

Zur Person: Seit 1994 gründet und leitet Frank Thelen technologie- und designgetriebene Unternehmen. Als Gründer und CEO von Freigeist Capital konzentriert er sich auf Frühphasen-Investitionen wie Lilium Aviation, Wunderlist, myTaxi, KaufDA und Little Lunch. Seine Erfolgsbilanz erstreckt sich nun über zwei Jahrzehnte. Seine Produkte haben über 200 Millionen Kunden in mehr als 60 Ländern erreicht und erhielten zahlreiche Auszeichnungen, wie etwa den „Innovate 4 Society Award", der ihm von Angela Merkel überreicht wurde. Seit 2014 ist er „Löwe" in der Primetime-Fernsehserie „Shark Tank" von Sony Pictures, die in Deutschland auf VOX als „Die Höhle der Löwen" ausgestrahlt wird.



ABVERKAUF BEI OFFICE

Ihr Partner für ergonomische Bürostühle und Büroeinrichtung

%

%

%

%

Office Ergonomische Büromöbel

Hahnenstraße 12 • 50667 Köln

TECHNISCHE THEMEN BETREFFEN ALLE!

VDI-Bezirksverein Köln weitet Veranstaltungen im Raum Köln-Bonn deutlich aus

Foto: VDI Kölner BV

Die VDI Förderpreisträger 2017 mit Kölns Bürgermeisterin Elfi Scho-Antwerpes (4.v.l.).

Etwa 6.000 Ingenieure sind im VDI Köln organisiert – das Gebiet reicht von Bonn bis in die Industrieregion Leverkusen und von der Eifel bis ins Bergische Land. Bekannt sind die Kölner Ingenieure für die zahlreichen Veranstaltungen, die sie auf die Beine stellen, allen voran die beliebte Nacht der Technik und die Förderpreisverleihung. Ziel: die Öffentlichkeit zu begeistern und vor allem den Nachwuchs für technische Themen zu gewinnen.

Die Nacht der Technik wird ab nächstem Jahr weiter in das ganze Bezirksgebiet getragen. Nachdem die Besucherzahlen 2017 in Köln und 2018 in Rhein-Erft Rekorde erreichten, werden 2019 gleich drei Veranstaltungen stattfinden: In Köln mit dem Cluster Bergisch Gladbach wird es die siebte ihrer Art sein (28. Juni). Premieren feiern die Regionen Rhein-Wupper mit Leverkusen, Monheim und Langenfeld (am 5. April) sowie Bonn/Rhein-Sieg (am 8. November). Die Vorbereitungen laufen bereits auf Hochtouren, es haben sich zahlreiche Ehrenamtliche als Helfer gemeldet.

Reissig: „Wir wollen junge Leute ansprechen“

„Wir sind stolz darauf, diese Veranstaltung mit Ehrenamtlichen zu bestreiten“, sagt René Reissig, im Vorstand für die Nacht der Technik verantwortlich. „Wir möchten Unternehmen, Wissenschaft und Öffentlichkeit zusammenbringen. Auf Vorführungen, Werksbesichtigungen und Vorträgen entstehen einmalige Gelegenheiten zum Dialog. Hier können gerade junge Besucher erfahren, was Technik wirklich bedeutet – und was sie leisten kann.“ Die Nacht der Technik organisiert der VDI gemeinsam mit dem VDE, dem Verband der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik e.V.

VDI-Bezirksvorsitzender Horst Behr ist optimistisch: „Wir haben unglaublich innovative Unternehmen in unserer Region, die nicht selten Weltmarktführer in ihrer Sparte sind.“ Umso wichtiger sei das Interesse der Öffentlichkeit. „Technische Themen betreffen alle“, so Behr. „Wir stehen vor Herausforderungen, die für ihre Lösung die Umsetzung durch Ingenieure benötigen.“ Zunehmend sei die Überlebensfähigkeit der modernen Gesellschaft als Ganzes betroffen. „Wir brauchen dringend nachhaltige Lösungen für Mobilität, für klimaneutrales Wohnen und Produzieren. Deutschland darf hier nicht den Anschluss verpassen.“ Akzeptanz in der Bevölkerung helfe sehr, müsse aber immer neu geschaffen werden – gerade angesichts aktueller Skandale.

Behr: „Wir brauchen mehr Frauen in technischen Berufen“

Für die inhaltliche Arbeit organisiert der VDI etwa 50 Fachnetzwerke, in denen sich die Experten austauschen, Lösungen entwickeln und gemeinsam mit Wissenschaft und Wirtschaft Foren betreiben. So hat Köln einen überregionalen Ruf in der Landtechnik erworben: Die Max-Eyth-Gesellschaft lädt regelmäßig zu Symposien ein, auf denen sich rund 200 Fachbesucher aus der ganzen Branche deutschlandweit treffen. „Hier ist sogar Platz für kontroverse Diskussionen“, berichtet Behr. „Das zieht auch viel junges Publikum an: „Wenn es um alternative Antriebe oder Precision Farming geht, ist die Hälfte der Reihen mit Studierenden besetzt.“

Den wichtigsten Auftritt des Jahres haben Studierende bei der VDI-Förderpreisverleihung. Hier werden jedes Jahr in festlichem Rahmen die besten Abschlussarbeiten der 21 technischen Fakultäten im Bezirksgebiet prämiert. Eine Jury unter der Leitung von Vorstandsmitglied Prof. Dr. Till Meinel sichtet die Wettbewerbsbeiträge, die von den Dekanen eingereicht werden. „Letztes Jahr waren zwei der drei Preisträger Frauen“, so Behr. „Auch das ist ein ermutigendes Signal. Technische Berufe sind noch zu stark von Männern geprägt – der Fortschritt muss aber von der ganzen Gesellschaft getragen werden.“ Um den Nachwuchs noch besser anzusprechen, ist als neues Veranstaltungsformat ein Jahresempfang vorgesehen. „Dieser wendet sich zugleich an Neumitglieder und an die Allgemeinheit. Wir werden attraktive Themen vorbereiten.“

Gastautor Martin Henseler

RENAULT PRO+

Den Renault TRAFIC günstig leasen

Ab mtl. 159,– €[1, 2]
ohne Anzahlung!

Renault Trafic L1H1 2,7t dCi 95

ab 159,– €[1, 2] netto mtl.

ab 189,21 €[1, 2] brutto mtl.

• Laderaumschutzpaket • Einparkhilfe hinten • Paket: Klang & Klima • Ganzjahresreifen

Renault Trafic L1H1 2,7t dCi 95: Gesamtverbrauch (l/100 km) innerorts: 6,8; außerorts: 5,4; kombiniert: 6,0; CO_2-Emissionen kombiniert (g/km): 155; Energieeffizienzklasse B. Werte nach Messverfahren VO (EG) 715/2007.

[1] Monatliche Rate netto ohne gesetzl. USt 159,– €/brutto inkl. gesetzl. USt 189,21 €, Leasingsonderzahlung netto 0,– €/brutto 0,– €, Laufzeit 48 Monate, Gesamtlaufleistung 40.000 km. Ein Angebot der Renault Leasing für Gewerbekunden, Geschäftsbereich der RCI Banque S.A., Niederlassung Deutschland, Jagenbergstraße 1, 41468 Neuss. Gültig bis 31.12.2018. Abbildung zeigt Renault Trafic mit Sonderausstattung.
[2] Zzgl. Bereitstellungskosten in Höhe von 764,71 € netto/brutto inkl. gesetzl. USt 910,– €.

RRG Embracing your mobility

RENAULT RETAIL GROUP Deutschland GmbH, Niederlassung Köln | Rhein-Sieg
Köln | Weißhausstraße 1–5 | 50939 Köln | Tel.: 0221 47609-900
Rhein-Sieg | Einsteinstraße 33 | 53757 Sankt Augustin | Tel.: 02241 92913-31
www.renault-retail.de

STARTPLATZ IM KÖLNER MEDIAPARK

Raum für Start-ups und Innovation

Fotos: STARTPLATZ

Nach einer Reise ins Silicon Valley kam der Kölner Serienunternehmer Dr. Lorenz Gräf Anfang der 2000er-Jahre mit jeder Menge Inspiration im Gepäck zurück in die Domstadt. Dort hatte er erlebt, wie viel effizienter es ist, ein Unternehmen zu gründen, wenn man in unmittelbarer Nähe zu Start-ups in verschiedenen Phasen, Studenten und Wissenschaftlern, Freelancern und Servicedienstleistern, Experten aus Unternehmen sowie Investoren arbeitet. Kurzerhand gründete er Ende 2012 den STARTPLATZ, um Köln genau so einen Ort zu bieten und die damals noch sehr junge Start-up-Szene zu unterstützen.

Ein Treffpunkt für die rheinische Gründerszene

Seitdem ist viel passiert: Von 500 Quadratmetern im Mediapark wuchs der Start-up-Inkubator und -Accelerator auf rund 4.500 Quadratmeter, 2015 folgte ein weiterer Standort im Düsseldorfer Medienhafen. Die Idee: Statt ein eigenes Büro zu mieten, welches oftmals sehr teuer und an mehrjährige Verträge gebunden ist, können Gründer, Freelancer oder Mitarbeiter aus innovativen Unternehmen hier flexible Schreibtische oder Teambüros mieten.

Die Vorteile vor allem für junge Start-up-Teams liegen auf der Hand, denn zum einen müssen sie sich keine Gedanken um die Infrastruktur wie WLAN, Drucker, Kaffeemaschine etc. machen, zum anderen sind sie mit gemieteten Coworking-Plätzen im Gegensatz zu einer Büroimmobilie flexibel, wenn das Team schnell wächst oder sich nach Beendigung eines großen Projekts wieder verkleinert.

STARTPLATZ-Accelerator-Programm

Platz zum Arbeiten ist nicht das Einzige, was aufstrebenden Start-ups und innovativen Unternehmen geboten wird. In nun bald sechs Jahren entstand hier im Herzen der rheinischen Gründerszene ein ganzes Ökosystem, das Raum zum Wachsen, Beratung und Coaching, Workshops und Events sowie Anschluss an das größte Start-up-Netzwerk in NRW bietet.

Im Accelerator-Programm erhalten Teams mit einer innovativen Idee zudem alle STARTPLATZ-Leistungen für drei bis sechs Monate kostenlos und werden von Coaches und Mentoren bei der strategischen Weiterentwicklung und erfolgreichen Umsetzung ihrer Unternehmensideen unterstützt. So wurden bis Mitte 2018 bereits mehr als 170 Teams im Accelerator gefördert und einige Erfolgsgeschichten geschrieben, wie beispielsweise die von MySchleppApp oder Cognigy, über die DW bereits berichtete.

Arbeiten in Innovationsumgebung

Doch nicht nur junge Start-ups sind hier zu finden, denn mittlerweile wissen viele traditionelle Unternehmen, dass die sogenannte Old Economy viel von der New Economy lernen kann. Gemeinsam mit Partnern aus dem Ökosystem nutzen Mitarbeiter aus Konzernen und mittelständischen Unternehmen hier verschiedene Lösungsansätze aus der Start-up-Welt, um die Digitalisierung und Innovationsprozesse erfolgreich umzusetzen und voranzutreiben: von Corporate Coworking über Scrum, Lean Start-up und Design-Thinking-Workshops bis hin zu speziellen Veranstaltungsformaten, die beide Welten zusammengebracht und gemeinsame Lösungen erarbeitet haben.

ⓘ Weitere Infos unter: www.startplatz.de STARTPLATZ Köln, Im Mediapark 5, 50670 Köln, E-Mail: info@startplatz.de, Tel.: 0221 - 97 58 02 00

STARTPLATZ

DIE WIRTSCHAFT *ist offizieller Partner von STARTPLATZ – dem Start-up-Inkubator, Coworking-Space-Anbieter und Treffpunkt für die rheinische Gründerszene in Köln und Düsseldorf.*

1. FC KÖLN FÖRDERT START-UPS

In Kooperation mit Hype Sports Innovation bietet der Kölner Verein Start-ups die Möglichkeit, ihre Geschäftsideen zu optimieren

(v.l.n.r.) Philipp Liesenfeld, 1. FC Köln; Dr. Lorenz Gräf, Startplatz; Amir Raveh und Bernd Wahler, HYPE Sports Innovation

Foto: Thomas Fähnrich/1. FC Köln

Durch die fortschreitende Digitalisierung befindet sich auch die Welt des Sports im Umbruch und bringt dadurch nicht nur ein verändertes Stadionerlebnis mit sich. Auch die Trainingssteuerung, Leistungsdiagnostik sowie die Kommunikation und das Sponsoring wandeln sich durch die Digitalisierung. Und Start-ups aus aller Welt bringen weitere neue Ideen für den Sportbereich hervor.

Diese Entwicklung möchte der 1. FC Köln zukünftig fördern und in Kooperation mit HYPE Sports Innovation innovative, kreative Jungunternehmen bzw. Start-ups aus dem Sportbereich unterstützen. Er tritt damit dem SPIN-Accelerator-Netzwerk bei, welches von der Plattform Hype Sports Innovation ins Leben gerufen wurde.

Ab Oktober 2018 werden die Partner ein Programm anbieten, welches maßgeschneidert auf die Bedürfnisse von Sport-Start-ups ist. Hier bieten sich den neuen Unternehmen Raum und Zeit, um ihre Ideen weiterzuentwickeln. Gastdozenten als Vertreter zahlreicher Branchen, u. a. Führungskräfte der UEFA, NFL, Canal und Microsoft, bieten dabei zudem ihre Hilfe zur Optimierung der Geschäftsidee an. Rund zehn Sport-Start-ups können so von der Förderung profitieren.

Start-ups als große Chance für die Sportstadt Köln

„Wir sind gespannt darauf, mit HYPE Foundation gemeinsam die nächste Generation von Sport-Start-ups zu fördern“, sagt FC-Geschäftsführer Alexander Wehrle. „Wir werden unser Know-how einbringen, um Ideen zu unterstützen, von denen wir als Club und die Sportbranche insgesamt profitieren können. Und wir wollen so viel wie möglich von den kreativen Unternehmern lernen, die sich Gedanken über die Zukunft des Sports machen. Dass wir mit unseren Partnern ein SPIN-Accelerator-Programm im STARTPLATZ Köln starten, ist für die Sportstadt Köln eine große Chance.“

Stattfinden wird das Programm in den Räumen des STARTPLATZ, des größten Start-up-Inkubators in NRW. Hier erhalten die ausgewählten Bewerber individuelle Unterstützung bei der Optimierung ihrer Produkte bzw. Businessmodelle. Als weiterer Partner steht die Deutsche Sporthochschule Köln zur Verfügung, die bei Bedarf ebenfalls Unterstützung anbietet.

Die so geförderten Jungunternehmen stellen anschließend im Frühjahr 2019 einer Jury ihre Projekte vor. Die Gewinner erhalten dann finanzielle Unterstützung. Damit endet dann der erste von insgesamt sechs Zyklen, die es während der drei Jahre dauernden Partnerschaft geben wird. In jedem Zyklus werden so bis zu zwölf Start-ups unterstützt.

Amir Raveh, Präsident und Gründer von HYPE Sports Innovation, sagt dazu: „Die Offenheit und Vision des 1. FC Köln im Bereich Sportinnovation passt hervorragend zu uns. Ich bin mir sicher, dass unsere Kooperation helfen wird, die Zukunft des Sports positiv zu beeinflussen.“

Monika Eiden

ⓘ Interessierte Start-ups können sich bis zum 6. Oktober 2018 mit ihren Ideen bewerben: accelerators.hypesportsinnovation.com/1fckoln/

start NRW

Partnerschaftliche Ausbildung

Werden Sie Kooperationspartner!

Sie möchten zum ersten Mal ausbilden oder zusätzliche Ausbildungsplätze anbieten, verfügen aber nicht über die organisatorischen oder finanziellen Mittel? Dann vertrauen Sie auf START als Kooperationspartner, denn wir

- schließen den Ausbildungsvertrag,
- unterstützen bei der Betreuung und Rekrutierung,
- übernehmen das Ausbildungsmanagement,
- tragen die Hälfte der Ausbildungskosten.

Ihr Unternehmen sorgt für die fachliche Ausbildung. Gemeinsam können wir mit der Partnerschaftlichen Ausbildung den Fachkräftebedarf in NRW auch in Zukunft sichern.

Auf den Kontakt mit Ihnen freuen wir uns.

START NRW GmbH

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

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

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

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

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

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

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

Flächendeckend in NRW:
www.start-nrw.de

VIA CULTURALIS ODER VIA BALLERMANN?

Der öffentliche Raum in Köln wird mehr und mehr durch Events jedweder Couleur vereinnahmt. Zahlreiche Institutionen in der Stadt sind sich einig darüber, dass Änderungen dringend nötig sind.

Foto: Bürgergemeinschaft Altstadt

Kulturelles Kleinod: Der 1973 von Hans Karl Burgess gestaltete Dionysosbrunnen vor dem Baptisterium

DIE WIRTSCHAFT traf Annett Polster, Geschäftsführerin von Stadtmarketing Köln e.V., und Dr. Joachim A. Groth, Vorsitzender der Bürgergemeinschaft Altstadt, die sich als Verein für die Förderung einer lebenswerten Altstadt einsetzt. Der Verein hat sich intensiv mit dem Umfeld der geplanten Via Culturalis beschäftigt. In seiner mehr als 300 Seiten umfassenden Bestandsaufnahme wurden soeben alle „Gedenktafeln, Kunst- und sonstigen ausgestellten Objekte im öffentlichen Raum" detailliert fotografiert und strukturiert.

Dabei kommt ein Reichtum an Schätzen zum Vorschein, den man nicht vermutet. Zahlreiche an Hausfassaden befestigte oder in den Boden eingelassene Gedenktafeln, Reste von Bauten aus der Römerzeit, antike Wasserleitungen und Denkmäler in allen Größen bereichern das Kölner Kulturgut. Persönlichkeiten der Vergangenheit wie Rubens, Beethoven, Maria de Medici oder Luther bis zu Persönlichkeiten der Neuzeit wie Marx und Engels oder Christo, Stockhausen und Paik haben hier z.T. über Jahre gewirkt, ein Schatz, der zwar existiert, aber gehoben und im Bewusstsein der Öffentlichkeit verankert werden muss.

Köln wird ballermannisiert

Ein schwieriges Unterfangen. „Denn", so Joachim A. Groth, „zahlreiche Veranstaltungen in der Stadt, teils auf niedrigstem Niveau, haben längst zu einem auch für die Wirtschaft schädlichen Image geführt." „Ballermann ohne Strand", „Feierbiest Köln" oder „Hauptstadt der Junggesellenpartys" sind Etiketten, die einer einmaligen Kulturlandschaft permanent angeheftet werden und sie weit unter Wert verkaufen. Die Stadt denkt nun sogar über eine Ausweitung dieser Art von Veranstaltungen nach. So sollen nach dem Entwurf zum neuen Platznutzungskonzept ab 2019 Opening und Begleitveranstaltungen zu Sport Events wie Champions League Finale, WM oder EM implementiert werden. Gerade die positive Darstellung des Breitensports und dessen Funktion für die Gesellschaft sind nur begrüßenswert, eine verkappte Form des Public Viewing mit all seinen negativen Begleiterscheinungen wie bspw. in der Lanxess Arena jedoch nicht."

Dabei verliert Köln mehr und mehr seinen Charakter. An die Stelle von bezahlbarem Wohnraum für Kölner treten airbnb-Unterkünfte, selbst Erdgeschossflächen des Einzelhandels werden zu Touristen-Appartments umgebaut. „Gerade der mittelständische Einzelhandel sowie die Dienstleister wie bspw. Arztpraxen klagen darüber, dass durch die zahlreichen Events aber auch Demonstrationen ihre Kunden die Innenstadt zunehmend meiden. Und jene Gastronomen und Hoteliers, die sich dem Weltkulturerbe Dom und seiner Umgebung verpflichtet fühlen, haben Schwierigkeiten ihr Publikum zu halten. „Darüber hinaus verliert Köln immer mehr Messegäste an das entsprechende Angebot z.B. an Hotels im Umland", so Annett Polster von Stadtmarketing.

Verhindern ließe sich bspw. airbnb, hätte die Stadt Köln das Personal, entsprechende Übernachtungsmöglichkeiten zu kontrollieren. „Dies ist jedoch leider nicht der Fall", berichtet Joachim A. Groth, der zum Vergleich Berlin anführt. „In der Bundeshauptstadt sind für dasselbe Problemfeld ausreichend Mitarbeiter tätig. Wir haben kein Gesetzes-, sondern ein extremes Vollzugsdefizit."

„Kalte Enteignung der Anwohner und Eigentümer"

Dass es in Köln nicht einmal einen Anlass geben muss, um sich zusammenzurotten und zu feiern, macht das Beispiel Brüsseler Platz deutlich. Hier trifft man sich in den Sommermonaten mit der Flasche Bier in der Hand und lärmt im Wettstreit mit dem Ordnungsamt, welches regelmäßig versucht, für Ruhe zu sorgen. Kölns Stadtdirektor Stephan Keller, der sich selbst vor Ort ein Bild von den Zuständen machte, sprach in diesem Zusammenhang von einer „kalten Enteignung der Anwohner und Eigentümer." Das Verwaltungsgericht Köln hat den klagenden Anwohnern nunmehr Recht gegeben.

Leider fehlt es bisher an einer Strategie, die Potentiale der Stadt zu heben. Wenigstens ziehen die verschiedenen Stadtgesellschaften an einem Strang, um die Finger in die ärgsten Wunden zu legen. Kunst und Kultur etwa ist eines von drei Kernthemen bei Stadtmarketing Köln e.V. Und die reichlichen Kunstschätze entlang und im Umfeld der Via Culturalis, sind es allemal wert, in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken.

Heribert Eiden

VERTRAUENSSACHE

So findet man die richtigen Büromöbel

Foto: Palmberg

Seit beinahe 30 Jahren erleichtert und verschönert TOP Büromöbel die Büroarbeit durch ein angepasstes Arbeitsumfeld in Köln und Umgebung. Viele erfolgreiche Unternehmer delegieren, wofür sie selbst keine Zeit haben, und schenken dem Team rund um Stefan Dreetz, Inhaber von TOP Büromöbel, schon über Jahre ihr Vertrauen.

„Keiner kann sich lange Lieferzeiten leisten, wenn Sie gerade ein Unternehmen gründen, erweitern oder verlagern. Nehmen Sie sich lieber genügend Zeit bei der Auswahl“, rät er. „Auf 1.600 Quadratmetern, davon allein 400 für Drehstühle, findet bei uns jeder, was er braucht.“ Hier kann man alles anfassen, ausprobieren, prüfen und Probe sitzen. Doch bei aller Freiheit wird hier niemand alleingelassen – der Rat vom Fachmann ist nie weiter als einen Fingerzeig entfernt.

Wir unterstützen Sie bei der Büroplanung – professionell und schnell!

Alle Fachberater bei TOP Büromöbel sind mit Einrichtungsfragen bestens vertraut und kennen sich seit Jahrzehnten mit allen Anforderungen an Bürowelten aus. Ob Ergonomie und Ästhetik, Betriebsorganisation und Workflow, Fördergelder und Finanzierung – hier werden sämtliche Bedürfnisse exakt umgesetzt. „Oft planen wir Büroeinrichtungen auch direkt vor Ort und erarbeiten später CAD-basierte Detailpläne und 3-D-Animationen“, erzählt Stefan Dreetz. Gemäß dem Motto „Was man sieht, das bekommt man auch“ kann man sich sein neues Büro auf Wunsch auch flexibel finanzieren lassen. Hierbei hat man die Wahl zwischen Kauf, Miete und Leasing. Objekte jeder Größe werden innerhalb eines Monats komplett eingerichtet.

Wie umfangreich Ihr Projekt auch ist: Das Team von TOP Büromöbel zieht mit! Dabei profitieren Sie von der Beratungskompetenz des Fachhändlers, den Preisen eines Discounters und dem Service eines echten Dienstleisters. „Bei uns haben Sie die Auswahl aus einem der größten Sortimente der Region und können sich von den funktionalen, ästhetischen und ergonomischen Möglichkeiten begeistern lassen“, so Inhaber Dreetz. „Oft haben wir die Möbel sogar direkt auf Lager. Kommen Sie also vorbei, lassen Sie sich beraten und gleich darauf beliefern“, lädt Stefan Dreetz nach Köln-Braunsfeld ein. Und kostenlose Parkplätze gibt’s beim Büromöbelfachmarkt direkt vor der Tür.

ⓘ *www.topbueromoebel.com*

Drehstuhlcenter

Büromöbel-Fachmarkt Köln Braunsfeld

Schenken Sie uns
Ihr Vertrauen.

TOP Büromöbel – seit über 20 Jahren sind wir Ihr größter Fachmarkt in Köln und Umgebung. Besuchen Sie unsere 1.600 m² große Ausstellung in Braunsfeld.

Bei uns finden Sie ...

... eine vielfältige Auswahl an Büromöbeln
... Kölns größtes Drehstuhlcenter auf über 300 m²
... unseren bunten Schnäppchenmarkt auf rund 400 m²

Öffnungszeiten:
Mo. bis Fr. 9 bis 19 Uhr
Sa. 10 bis 16 Uhr
Sonntag ist Schautag
11 bis 18 Uhr,
keine Beratung/Verkauf

eigene Parkplätze

TOP BÜROMÖBEL

topbueromoebel.com
Oskar-Jäger-Str. 117-123 · 50825 Köln · Tel. (0221) 95 44 79-0

PHOTOKINA 2018

Umfassender, virtueller und innovativer

Foto: Koelnmesse GmbH, Harald Fleissner

Die photokina ist Leitmesse für die Imaging-Branche.

Die Stadt Köln ist seit vielen Jahrzehnten eng verbunden mit der Fotografie. Bereits seit 1950 findet die photokina in Köln statt. Einst als Branchentreff für Fotografie (photo) und Cinematographie (kina) gegründet, ist sie heute die weltweit wichtigste Businessplattform für die gesamte Imaging-Branche. Umfassender, virtueller und innovativer will sich die Veranstaltung nun zukünftig präsentieren. Themen wie mobile Fotografie und Bildbearbeitung, die sozialen Netzwerke als Präsentationsraum, von Computern generierte Bilder, künstliche Intelligenz oder die Art und Weise, wie Imaging-Technologien bereits jetzt und in Zukunft Einfluss auf unseren Alltag nehmen, berühren alle Zielgruppen der photokina (26.–29.09.2018).

Zu den organisatorischen Stellschrauben, an denen für die Messe gedreht wurde, gehört eine Straffung der Produktwelten. Die bereits 2016 eingeführten Themenbereiche CAPTURING UNLIMITED, LIGHTING UNLIMITED, PRESENTING UNLIMITED, CREATING UNLIMITED und, neu dazugekommen, DISCOVERING UNLIMITED dienen zukünftig der besseren Orientierung auf dem Messegelände. Die Aussteller werden entsprechend ihrem Kerngeschäft platziert. Insbesondere Fachbesuchern und -händlern soll ein effizienteres Messeerlebnis ermöglicht werden. Für sie wird ein eigener Bereich in Halle 2.1 geschaffen.

Alle Technologieführer aus den Kernbereichen stehen in den Startlöchern, um auf der photokina ihre neuesten Produkte zu zeigen und damit ihre Innovationsfähigkeit unter Beweis zu stellen. Canon, Carl Zeiss, Cewe, Epson, Fujifilm, Leica, Nikon, Panasonic, Sigma, Sony oder Tamron nutzen die Weltleitmesse für die Vorstellung neuer Produkte und Services vor einem internationalen Publikum. Händler, professionelle Anwender und Privatbesucher können dann Kameras, Equipment, Applikationen und Druckprodukte unterschiedlicher Anbieter anfassen, testen, vergleichen und vor allem erleben. In Zeiten globalen Online-Shoppings bekommt die Kölner Messe als unabhängige Vertriebs- und Kommunikationsplattform in Europa so eine neue Bedeutung.

Zwischen Innovation und Inspiration

Darüber hinaus will die Veranstaltung in den Kölner Messehallen auch als Inspirationsquelle dienen. Events wie der „Olympus Perspective Playground“ oder das Projekt „New Power to the Creators“ mit Pavel Kaplun sollen dazu ermuntern, der eigenen Kreativität freien Lauf zu lassen – mithilfe neuester Technik und der Unterstützung von Profis. Dazu kommen mehr photokina Stages mit individuellen Programmen, welche die Auseinandersetzung mit den Produkten auf inhaltlicher wie fachlicher Ebene ermöglichen. Von Fotografie-Legenden wie Greg Gorman können auch Profis und langjährige Besucher der photokina neue Perspektiven auf ihr Arbeitsequipment und das Business, in dem sie arbeiten, erhalten. Und auch Einsteigern möchte man einen unterhaltsamen Zugang zu komplexer Technologie bieten.

„Wir haben bei der Neugestaltung der photokina alle unsere Zielgruppen im Blick. Es gilt, die Erwartungen der Industrie, des Handels und professioneller Anwender ebenso zu erfüllen wie die von Enthusiasten und Einsteigern. Diesen Balanceakt müssen wir für eine erfolgreiche Veranstaltung meistern“, erläutert Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin Koelnmesse. „Denn für unsere Aussteller bedeutet ein Auftritt auf der photokina enormen Aufwand. Dafür verdienen sie die maximale Aufmerksamkeit von potenziellen Kunden und der medialen Öffentlichkeit.“

Umfeld für neue Konzepte

Die gesamte Gestaltung der photokina 2018 wurde dem Anspruch untergeordnet, Ergebnis und Erlebnis für alle Zielgruppen zu optimieren – ein Balanceakt zwischen Organisation, Innovation und Inspiration.

So zeigt zum Beispiel das Imaging Lab die Zukunft des Imaging und eröffnet neue Sichtweisen für Investoren, Professionals und Privatbesucher gleichermaßen. Mit der Sonderfläche wurde ein Umfeld für die Präsentation neuer Konzepte und Geschäftsideen geschaffen. Junge Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Technologieführer stellen hier vor, welche Produkte und Services die Zukunft des Imaging prägen könnten. Rund 50 Unternehmen werden sich als Aussteller, Partner oder Sponsoren präsentieren, in direkter Nachbarschaft zur DIGILITY. Für Start-ups ist hier der ideale Einstieg in die internationale Welt des Imaging. Bei dem B2B-Event für Digital Reality beschäftigt man sich mit der Anwendbarkeit und Perspektive digitaler Technologien in der Industrie.

„Wir unterstützen das Imaging Lab als Partner, weil es wichtig ist, jungen Unternehmern den Weg in unsere Branche zu ebnen“, erklärt Rainer Führes, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, ideeller Träger der photokina. „Die photokina ist unsere wichtigste Kommunikations- und Businessplattform und bietet die einzigartige Chance, unsere Innovationsfähigkeit als gesamte

Foto: Koelnmesse GmbH / Olympus Europe

Aktionen wie der "Olympus Perspective Playground" sollen dazu ermuntern, der eigenen Kreativität freien Lauf zu lassen.

Branche unter Beweis zu stellen. So werden wir von anderen Industriezweigen künftig noch stärker als potenzieller und potenter Partner wahrgenommen."

Anlaufpunkte für Künstler und Besucher

Doch nicht nur das Business steht im Fokus der photokina. Gleichzeitig erfüllt die Messe seit jeher einen kulturellen Auftrag: Einer ihrer Väter, L. Fritz Gruber, begründete die Tradition, während der Messe Bilderausstellungen von Weltrang auf dem Gelände der Koelnmesse und in der Domstadt zu veranstalten. Die photokina und das Internationale Photoszene-Festival (21.–30.09.2018) werden deswegen auch in diesem Jahr wieder hochkarätige Anlaufpunkte für Künstler und Besucher aus aller Welt sein.

„Die schönste Stadt der Welt freut sich auf das größte und älteste Fotografie-Event Deutschlands" – plakativ und mit Sinn für Humor wirbt die Photoszene Köln auf ihrer Facebook-Seite für die Teilnahme an ihrem renommierten Festival. Gelassen sieht man in Richtung anderer Festivals, die sich zurzeit einen Wettstreit der Superlativen liefern. „Die Auseinandersetzung mit der Fotografie hat in Köln eine lange Tradition und ist ganz spezifisches Standortmerkmal", erklärt Heide Häusler, Geschäftsführerin der Photoszene, und fügt hinzu: „Der wichtige, internationale Austausch über die Bedeutung des Mediums wird durch die zahlreichen Akteure der Stadt lokal verankert und durch sie lebendig. Der Fotografiediskurs ist kein bloßes Marketingkonstrukt, sondern er findet hier tatsächlich seit Jahrzehnten statt."

Das Bild im Mittelpunkt

Für die Stadt Köln ist das Photoszene-Festival ein Highlight im Kulturkalender: 2016 annoncierte das Festival mehr als 100 Ausstellungen im Stadtgebiet und erreichte damit mehr als 100.000 Besucher (über die Laufzeit der Ausstellungen). Die photokina unterstützt das Festival bereits seit Jahrzehnten partnerschaftlich und wird diese Zusammenarbeit zukünftig noch intensivieren. „Wir haben den Anspruch, vor und während der photokina ein attraktives kulturelles Angebot rund um das Bild zu schaffen. Es ist nur konsequent, wenn wir dieses Ziel mit einem international renommierten Kunstevent wie dem Photoszene-Festival gemeinsam angehen", sagt Christoph Menke, Direktor der photokina. Ebenso konsequent ist die Parallelisierung der beiden Veranstaltungen. Wie die photokina findet auch das Photoszene-Festival zukünftig jährlich und ab 2019 im Mai statt. Neu ist ab 2018/2019 das „Photoszene-Residency"-Programm „Artist meets Archive". Sechs internationale Künstler werden im September 2018 in die hochkarätigen Fotografie-Sammlungen und -archive eintauchen, um daraus für das Festival im Mai 2019 eine eigene Ausstellung im jeweiligen Museum zu konzipieren.

Foto: Koelnmesse GmbH / Rüdiger Nehmzow

Katharina C. Hamma
Geschäftsführerin Koelnmesse

Foto: Koelnmesse GmbH

Rainer Führes
Vorstandsvorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

Foto: Koelnmesse GmbH, Harald Fleischer

Die Veranstaltung in den Kölner Messehallen will auch als Inspirationsquelle dienen.

Matthias Ehlert

ⓘ Weitere Infos zur Photokina (26.–29.09.2018) finden Sie unter www.photokina.de und zum Photoszene-Festival (21.–30.09.2018) unter www.photoszene.de.

AUTONOMER LKW

Kölner Spedition tüftelt am autonomen Fahren

Foto: chesky - Fotolia.com

Die Technologie "Autonomes Fahren" nimmt die Umgebung wahr und steuert das Fahrzeug selbstständig um Hindernisse.

Das sogenannte autonome Fahren ist eine der Zukunftstechnologien des 21. Jahrhunderts. Längst sind in vielen Bereichen des täglichen Lebens wie auch im Arbeitsalltag viele Prozesse automatisiert. Pkw-Fahrer nutzen seit Jahren Parkassistenzsysteme, die auf Knopfdruck das Auto einparken. Auch in der Logistik wird das autonome Fahren immer wichtiger.

Betriebsgelände von Firmen oder allgemein räumlich abgegrenzte Gebiete sind optimale Testfelder, um das autonome Fahren zu erproben. Auf diesen Flächen benötigen die Fahrzeuge keine Straßenzulassung. Darüber hinaus können die Faktoren drängelnde Pkw, abbiegende Fahrradfahrer oder kreuzende Fußgänger bei diesen Tests ausgeklammert werden. Denn Unbefugte haben dort keinen Zutritt. Zurzeit entwickelt das Fraunhofer-Institut für Verkehrs- und Infrastruktursysteme zusammen mit der Industrie Technologien für autonom fahrende Lkw in Logistikzentren. Daran beteiligt ist die Kölner Spedition Emons. Dort wird das Verbundprojekt „AutoTruck“ getestet. Die Forschungsergebnisse zu den selbstfahrenden Fahrzeugen sollen auch hilfreich für den normalen Straßenverkehr sein.

Auf dem Betriebshof fährt Lkw ohne Fahrer

Für die Branche wäre es ein revolutionärer Schritt. Der Lkw-Fahrer, der nach langer Tour mit seinem Truck endlich am Betriebshof eingetroffen ist, kann sofort am Eingangstor Feierabend machen. Aktuell ist das noch ganz anders. Seit jeher fahren die Lkw-Fahrer ihre Trucks zur Beladerampe, warten dort, bis das Fahrzeug vollständig entladen (und beladen) ist, und fahren es dann auf einen nahe gelegenen Parkplatz. Das soll sich nun ändern. Bei der Spedition Emons aus Köln können Lkw-Fahrer wohl bald bereits am Tor zum Betriebshof aussteigen und direkt Feierabend machen. Den Rest macht der Lkw alleine: die selbstständige Anfahrt zur Laderampe, warten und anschließend parken.

Speziell eingerichtete Automatisierungszonen

Das soll die Forschung des Fraunhofer-Instituts für Verkehrs- und Infrastruktursysteme beim Projekt „AutoTruck“ erreichen. Dabei setzen die Forscher insbesondere auf sogenannte Automatisierungszonen: Dazu gehören Häfen, Betriebsgelände von Firmen oder Lkw-Betriebshöfe. Dort ist eine bessere Kontrolle der Fahrzeuge als im öffentlichen Straßenverkehr möglich. Die Menschen, die auf den Testgeländen verkehren, werden entsprechend eingewiesen. Auch sind im Vergleich zu Tests mit autonom fahrenden Pkw, die zurzeit bis zu 130 Stundenkilometer schaffen, die Geschwindigkeiten auf einem Lkw-Betriebshof mit maximal 20 Stundenkilometern deutlich geringer. „Gegenüber dem Straßenverkehr haben speziell eingerichtete Automatisierungszonen einen entscheidenden Vorteil: Dort können zulassungsfähige, autonom fahrende Fahrzeuge schon in naher Zukunft eingesetzt werden“, erklärt Dr. Sebastian Wagner, Gruppenleiter am Fraunhofer IVI. „In diesen räumlich abgegrenzten Gebieten herrschen zwar kontrollierte Bedingungen. Dennoch müssen auch hier wesentliche Herausforderungen gelöst werden, die für den öffentlichen Straßenverkehr relevant und übertragbar sind.“

Kostensparende Zukunftstechnik

Doch das ist nicht der einzige Grund, warum gerade Speditionsunternehmen an diesen Testergebnissen und dieser Technologie Interesse zeigen. In Zukunft können gerade diese Unternehmen von autonomen und automatisierten Prozessen profitieren. Zum einen wirken autonom fahrende Fahrzeuge dem Fachkräftemangel entgegen. Denn die Firmen tun sich schwer, auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels Personal zu finden. Darüber hinaus müssen autonome Fahrzeuge keine Lenk- und Ruhezeiten beachten. Sie können Tag und Nacht eingesetzt werden. Darüber hi-

naus sollen die Anzahl von Fehlern und Unfällen sinken. All diese Faktoren sparen Kosten. Die eingesetzte Technologie soll voraussichtlich ab Sommer 2019 auf dem Gelände der Kölner Spedition Emons eingesetzt werden. Die Lkw werden dabei von einem Operateur von einem zentralen Punkt aus gesteuert. Bis zu 50 Fahrzeuge sollen so gleichzeitig gesteuert werden können. Ein System, das die Kosten stark senken könnte. Diese sind gerade in der Logistik stark gestiegen. Es herrscht ein harter Wettkampf. Die Auftragslage ist gut. Doch auch wenn beispielsweise die Deutsche Post immer mehr Pakete transportieren muss, brach zuletzt der operative Gewinn ein.

System von überall aus bedienbar

Das Herzstück der Fraunhofer-Entwicklung, die künftig in Köln eingesetzt wird, ist das System HelyOS („Highly efficient online yard operating system"). HelyOS kann per Internetbrowser bedient werden. So können beispielswiese von einem Ort aus Fahrzeuge an mehreren Standorten gleichzeitig gesteuert werden. Über das System kann der Operateur zu den einzelnen Fahrzeugen weitere Informationen wie Akku-Füllstand, Beladezustand und weitere Parameter abrufen. Darüber hinaus kann der Operateur mit den Fahrzeugen kommunizieren und ihnen beispielsweise Missionen oder Arbeitsaufträge schicken. Mit einem System für Live-Manöverplanung, TruckTrix, kann der vollständige Weg berechnet werden, den der Lkw zurücklegen muss. Das System berücksichtigt dabei die Geometrie des Fahrzeugs sowie Hindernisse auf dem Weg oder Bahnen anderer Fahrzeuge. Der Online-Dienst TruckTrix ist nicht nur für den Anwender abrufbar, sondern über eine Schnittstelle auch für den Kunden verfügbar. Dieser kann dann einsehen, was mit dem Fahrzeug auf dem Betriebshof gerade passiert.

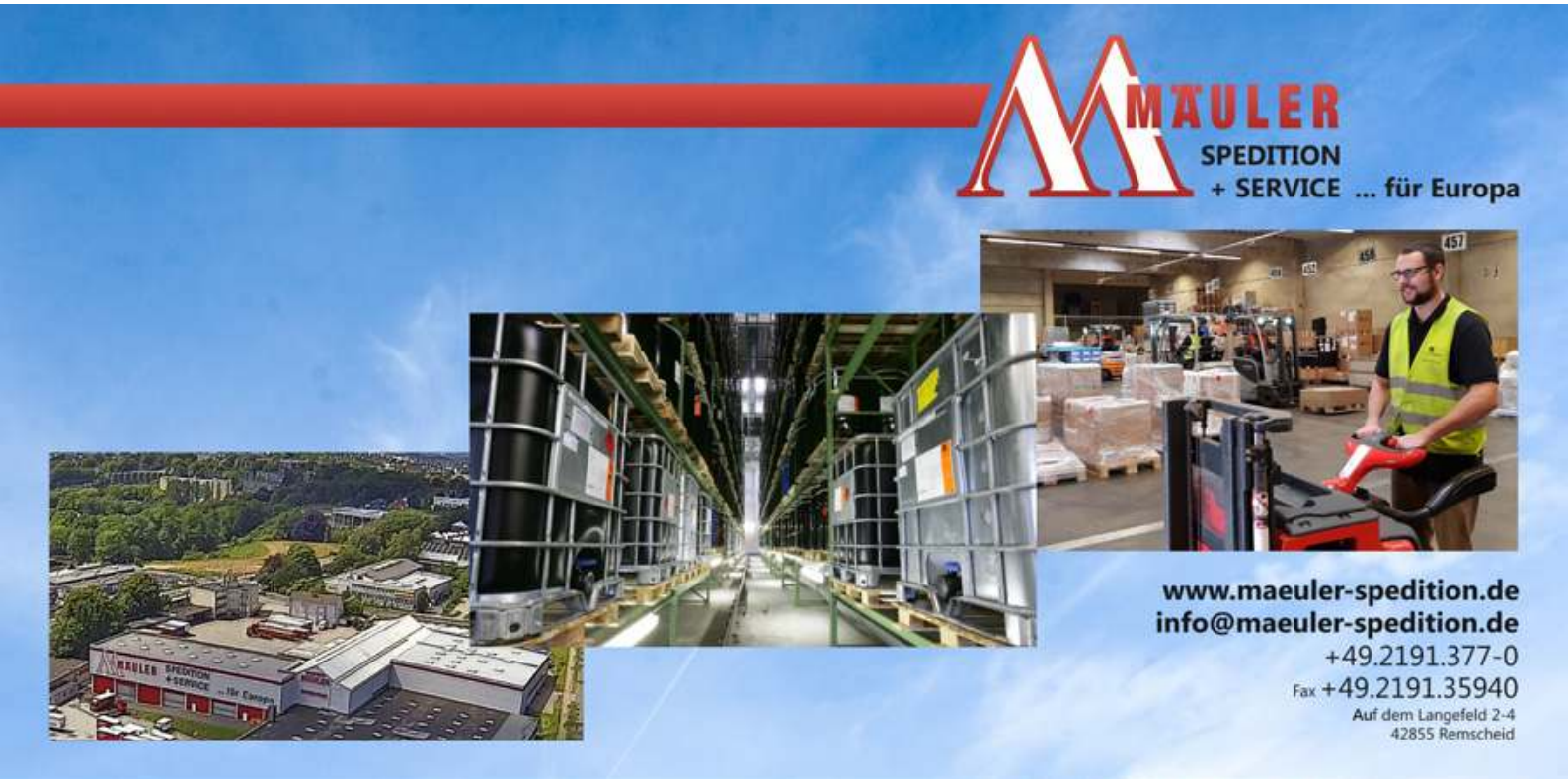
Foto: chesky - Fotolia.com

Vom Start zum Zielort völlig autonom - Spediteure tüfteln am autonomen Fahren.

2019 erste eigenständige Lkw-Fahrt geplant

Damit die Technik funktionieren kann, müssen auch die Fahrzeuge entsprechend technisch ausgestattet sein. Dem Fraunhofer IVI wurde im Frühjahr 2018 ein Lkw übergeben, der von Partnern auf Elektroantrieb umgerüstet wurde. An die Leistungsdaten wie 305 Kilowatt Dauerleistung aus Lithium-Eisen-Phosphat-Batterien anstelle von PS und Zylinderzahl muss man sich in Zukunft gewöhnen. Darüber hinaus soll der Lkw mit Sensoren, Aktuatoren und einem Steuergerät für das autonome Fahren in den nächsten Monaten vorbereitet werden. 2019 soll der AutoTruck dann seine erste eigenständige Fahrt unternehmen. „Viele der entwickelten Technologien lassen sich mittel- bis langfristig auf den öffentlichen Straßenverkehr übertragen", sagt Wagner. „So etwa die Regelalgorithmen, die Hinderniserkennung, die Ortungslösung oder die Kommunikation zwischen Lkw und Infrastruktur."

Christian Esser



KOMPETENTER SERVICE

Wiemer steht für Know-How, Qualität und Kundenfreundlichkeit

Foto: Wiemer Automobile

BMW- Wiemer kennen die Kölner seit Jahrzehnten. Seit 2010 bietet Wiemer seinen bekannt kundenorientierten Service für die Marken BMW, Mini und Hyundai an.

Der Service-Spezialist für die beiden traditionsreichen Automarken BMW und Mini und den koreanischen Premiumhersteller Hyundai verfügt dabei seit Anfang 2014 auch über reichhaltige Elektro-Kompetenz. Nachdem bereits früh im Bereich der Hybrid-Technik durch Schulung der Mitarbeiter das entsprechende Know-how aufgebaut wurde, besteht seit Anfang 2014 auch ein Servicevertrag mit BMW als sogenannter i-Servicepartner, wodurch auch an den neuen BMWi Elektrofahrzeugen der BMW AG Reparaturen und Gewährleistungsarbeiten ausgeführt werden können. Das Gleiche gilt natürlich auch für die Hyundai Hybrid- und Elektromodelle.

Als reiner Servicebetrieb konzentriert sich Wiemer Automobile als offizielle BMW- und Mini- sowie Hyundai-Vertragswerkstatt ganz auf den perfekten Service. Neben allen Reparaturen, Wartungs- und Karosseriearbeiten werden Garantiearbeiten an sämtlichen BMW-, Mini- und Hyundai-Fahrzeugen ausgeführt.

Alle Mitarbeiter sind für die jeweilige Marke bestens ausgebildet und hoch motiviert. Große Fachkenntnisse und der persönliche Umgang mit den Kunden stehen für das Unternehmen an erster Stelle und bilden die Kernkompetenz des Wiemer-Teams. Die hervorragende Qualität der Arbeit hat seit jeher die Kunden von Wiemer Automobile zu zufriedenen Stammkunden werden lassen. Genauso wie viele, die mittlerweile ihr Fahrzeug anderweitig neu oder gebraucht gekauft haben, melden sich regelmäßig für Wartungs- und Pflegearbeiten sowie Reparaturen und TÜV-Abnahmen an.

Das angestrebte Ziel ist dabei, für jeden Kunden je nach Alter des Fahrzeugs die beste Lösung zu finden. Wichtig ist, die Mobilität des Kunden möglichst schnell zu einem akzeptablen Preis wiederherzustellen. Wiemer bietet hierzu ständig Festpreise für bestimmte Wartungs- und Reparaturleistungen. Spezielle Sonderangebote, besonders für ältere Fahrzeuge, gehören ebenfalls zur ganz speziellen Art, um aus Kunden Stammkunden zu machen.

Das Leistungspaket umfasst unter anderem:

- Wartung und Reparatur
- Garantiearbeiten
- Karosseriearbeiten
- Unfallschadenabwicklung
- Originalteile und -zubehör
- Reifenhandel und Einlagerung
- Elektro- und Hybrid-Fachwerkstatt

Für qualifizierten Nachwuchs und Weiterbildung der vorhandenen Mitarbeiter sorgt die Vertragswerkstatt selbst. Auch in diesem Jahr sind wieder zwei neue „Azubis“ dazugekommen, die sich sofort ins Team eingefügt haben: freundlich, kompetent und kundenorientiert.

wiemer Automobile

Vertragswerkstatt für BMW - MINI - Hyundai

- Wartung + Reparatur
- Garantiearbeiten
- Karosseriearbeiten
- Unfallschadenabwicklung
- Original Teile und Zubehör
- Reifenhandel und Einlagerung
- Elektro und Hybrid Fachwerkstatt

Wir konzentrieren uns ganz auf den perfekten Service !

Köln Porz-Eil , Humboldtstr. 137, Tel. 02203-37020

www.wiemer-automobile.de

PETER KRINGS GMBH ERWEITERT STANDORT

Millionenschwere Investition in Handling, Lagerung und Versandvorbereitung

Mit einer Investierung von mehr als 2,5 Millionen Euro erweiterte die Peter Krings GmbH aus Stolberg in 2018 ihren Standort in Eschweiler bei Aachen. Durch ein ganzes Bündel von durchgeführten Maßnahmen befinden sich die Möglichkeiten für den Industrie- und Schwergutverpacker Peter Krings mittlerweile auf höchstem Niveau. Besonders beeindrucken kann hierbei der neue Portalkran mit einer Hakenhöhe von ganzen neun Metern, welcher zur Be- und Entladung von Containern dient.

Außerdem wurden die Lagerkapazitäten im überdachten und nicht überdachten Bereich des Unternehmens erweitert. Dies wurde erforderlich, da die Nachfrage nach der Dienstleistung und Lagerlogistik der Peter Krings GmbH immer weiter stieg. Eine immer größer werdende Anzahl an Kunden aus Industrie, Maschinenbau und weiteren Investitionsgüterbranchen vertrauen im Anschluss an die eigene Fertigung auf den Service der Fa. Peter Krings. Und die Nachfrage steigt nach wie vor.

Vom Sägewerk zum internationalen Verpackungsspezialisten

Die Peter Krings GmbH & Co. KG kann auf eine wechselhafte Geschichte zurückblicken, die insgesamt über 150 Jahre zurückreicht. Bereits im Jahr 1860 wurde das Unternehmen als Sägewerk und Holzhandlung gegründet. Im Jahr 1950 erweiterte die Firma ihr Angebot um Verpackungsdienstleistungen und die Kistenfabrikation. 1990 erfolgte der Umzug von Breinig nach Münsterbusch. Seit 2004 wurden dann zusätzliche Lagerflächen und Hallen in Eschweiler bei Aachen angemietet, die nun aufgrund der hohen Nachfrage erweitert wurden.

Seit inzwischen über 155 Jahren ist das heute in fünfter Generation nach wie vor in Stolberg ansässige Unternehmen im Bereich der Export- und Schwergutverpackung sowie der Lager- und Versandlogistik weltweit erfolgreich tätig. Fertigung, Verpackung, Lagerung und Service sind die vier Säulen des Familienunternehmens unter der Geschäftsführung von Bernhard Krings.

Ob komplette Industrieanlagen oder filigrane Elektronikbauteile: Die Unternehmen in der Wirtschaftsregion vertrauen in puncto nationalen und internationalen Versands dem Know-how der Experten der Peter Krings GmbH.

Foto: Peter Krings GmbH & Co. KG / Andreas Steindl

Konstruktionen aus Massivholz, OSB, Sperrholz oder anderen Holzwerkstoffen werden nach Bedarf mit Metall oder Kartonagen kombiniert, um einen sicheren nationalen wie internationalen Versand zu gewährleisten. Zudem werden Güter zum temperaturgeführten Versand eingeschweißt, ebenso werden Lagerung und Logistik angeboten. Und das nach individuellen Anforderungen und international höchsten Qualitätsstandards.

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.

Peter Krings

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

Seit 1860. Damit Ihre Güter sicher ankommen.

52222 Stolberg · Gewerbepark Münsterbusch · Tel. +49 (0) 2402 / 95 20-0 · www.peter-krings.de

Anzeige

GROSSES FIRMENJUBILÄUM

Der Lkw-Produzent DAF wird 90 – eine Firmengeschichte voller Innovationen

Foto: DAF Trucks N.V.

Es war der 1. April 1928, als der Ingenieur Hub van Doorne im niederländischen Eindhoven unweit der deutschen Grenze eine kleine Konstruktionswerkstatt einrichtete. Was so bescheiden begann, ist 90 Jahre später ein weltweit führender Lkw-Hersteller geworden.

Seit 90 Jahren gibt es DAF

Für die damalige Zeit war das Startbudget von 10.000 niederländischen Gulden sehr viel Geld, mit dem Hub van Doorne die „Hub van Doorne, Machinefabriek en Reparatie inrichtung“ gründete. Der Fachbetrieb für Maschinenbau war zunächst hauptsächlich auf die Binnenschifffahrt spezialisiert. Aber auch für Philips bearbeitete der Niederländer viele Aufträge. Anfang der 1930er-Jahre produzierte van Doorne seinen ersten leichten Anhänger. Somit war auch die „van Doorne Aanhanger Fabriek“ geboren. Bis heute trägt das Unternehmen diese Initialien, kurz: DAF. Neben den Anhängern kam van Doorne immer wieder auf für die damalige Zeit revolutionäre Ideen. So entwickelte er 1936 einen Containerauflieger für das schnelle Be- und Entladen von Containern aus Eisenbahnwaggons. Weltweit war DAF einer der ersten Anbieter von Containerauflegern. Nach Ende des Zweiten Weltkriegs ging 1949 der erste DAF-Lkw in Produktion. Der Name der Firma änderte sich daraufhin in „Van Doorne‘s Automobiel Fabriek“ – die Initialien blieben.

Vom findigen Tüftlerbetrieb zum globalen Industrieunternehmen

Bereits ein Jahr später baute DAF ein neues Werk. Dort wurden Drei-, Fünf-, und Sechstonner produziert. Kontinuierlich haben die niederländischen Ingenieure an der Optimierung ihrer Nutzfahrzeuge getüftelt. Dazu zählt beispielsweise das bereits 1951 eingeführte Fahrerhaus mit abgerundeten Ecken und geneigtem Kühlergrill. Der Fahrkomfort wurde so verbessert und

Foto: DAF Trucks N.V.

Vielfältige Einsatzzwecke im Bereich der Fahrgestelle.

der ebenfalls eingebaute gefederte Sitz brachte dem Lkw-Fahrer mehr Komfort. In den 1960er-Jahren kreierte DAF erstmals Fernfahrerkabinen. Das Modell DAF 2600 gilt bis heute als erster echter Fernverkehrs-Lkw. 1969 ging die Entwicklung noch ein Stück weiter, indem DAF als einer der ersten Hersteller die Fahrerkabine direkt über dem Motor montierte. Durch die Möglichkeit, die Kabine nach vorn zu kippen, wurde die Wartung der Lkws zusätzlich erleichtert. Ende der 1980er-Jahre wurde der Komfort für den Fahrer mit dem „Space-Cab-Konzept" noch einmal erhöht und Mitte der 1990er-Jahre mit „Super Space Cab" noch einmal ausgebaut. Im Jahr 1996 gab es für DAF firmenhistorisch eine Änderung. PACCAR übernahm das niederländische Unternehmen. Dadurch konnte DAF seine Führungsposition manifestieren und mit bedeutenden Entwicklungen bei Motoren, hochmodernen Fertigungen und Lkws weiter ausbauen.

Das Tüfteln und Streben nach Neuerungen und Verbesserungen geht immer weiter. „DAF bietet ein umfangreiches Portfolio exzellenter Lkws, die branchenweit die niedrigsten Betriebskosten, die beste Transporteffizienz und den höchsten Fahrerkomfort bieten", sagt der DAF-Vorstandsvorsitzende Preston Feight. „Dank des wunderbaren Teams von mehr als 10.000 engagierten Mitarbeitern, das hochwertige Lkws, Motoren, Teile und Serviceleistungen entwickelt, herstellt, verkauft und unterstützt, ist DAF in einer optimalen Position, um sein weltweites Wachstum weiter fortzusetzen."

DAF Baureihen CF und XF prämiert als „International Truck of the Year 2018"

Aus dem niederländischen Kleinbetrieb ist somit nach und nach ein heute weltweit agierendes Unternehmen geworden, das regelmäßig prämiert und ausgezeichnet wird. Nicht nur in der Vergangenheit des Unternehmens, sondern auch heute bringt DAF immer wieder bahnbrechende Innovationen auf den Markt. Ob es 1959 ein Motor mit Turbolader war oder heutzutage modernste Lkw-Baureihen mit einer bislang unerreichten Kraftstoffefizienz. Zu den aktuellsten Auszeichnungen gehört der Preis „International Truck of the Year 2018". DAF wurde für seine CF- und XF-Baureihen von einer unabhängigen Jury führender Fachjournalisten aus 23 europäischen Ländern ausgezeichnet. „Die jährliche Auszeichnung wird an eine neue Lkw- bzw. Modellreihe vergeben, die den größten Beitrag zur Straßentransporteffizienz leistet. Die Bewertung erfolgt auf Grundlage mehrerer wichtiger Kriterien, einschließlich technologischer Innovation, Fahrkomfort, Verkehrssicherheit, Fahrverhalten, Kraftstoffverbrauch, Umweltbilanz und Gesamtbetriebskosten", erklärt Gianenrico Griffini, Vorsitzender der ITOY-Jury. „Mit der Einführung der neuen CF- und XF-Baureihen hat DAF Lösungen für das mittlere und schwere Marktsegment vorgestellt, die neue Maßstäbe im Hinblick auf Antriebsstrangeffizienz und Gesamtleistung setzen." Die neuen Baureihen zeichnen sich dabei insbesondere durch ihre komplett neuen Antriebsstränge mit hocheffizienten Getrieben und Hinterachsen aus. Darüber hinaus sorgen eine fortschrittliche Software sowie eine optimierte Aerodynamik dafür, dass der Kraftstoffverbrauch sinkt und so auch die CO2-Emissionen reduziert werden. Außerdem wurden die CF- und XF-Baureihen mit einsatzspezifischen Konfigurationen ausgestattet, die eine Gewichtsreduzierung bis zu 300 kg ermöglichen.

Lkws mit wegweisender Transporteffizienz

Die Auszeichnung „International Truck of the Year 2018" nahm Preston Feight entgegen. Feight, der seit 2016 Vorstandsvorsitzender von DAF Trucks ist, führt mittlerweile das Unternehmen, das in Europa mehr als 10.000 Mitarbeiter beschäftigt. „Dies ist eine Auszeichnung für jedes Mitglied der DAF-Organisation", sagt Feight stolz und fügt hinzu: „Wir haben hart daran gearbeitet, die besten Lkws auf dem Markt noch weiter zu verbessern. Das Ergebnis sind die neuen CF- und XF-Modelle – sie stehen für Pure Excellence. Es ist fantastisch, dass unsere Bemühungen auf diese großartige Weise belohnt werden. Zusätzlich ist die Auszeichnung zum ‚International Truck of the Year 2018' eine Anerkennung für unsere Zulieferer und DAF-Partner. Vor allem ist es aber ein herausragender Tribut an alle Kunden, die sich für die neuen CF- und XF-Baureihen von DAF entschieden haben oder dies noch tun werden. Die Jury ist der Ansicht, dass unsere Lkws hinsichtlich ihrer Transporteffizienz wegweisend sind."

„Proud of our heritage, leading today – ready for the future!"

Neben wegweisenden Innovationen treibt DAF sein weltweites Geschäft weiter voran und möchte weiter wachsen. Die Lkws des Marktführers werden mittlerweile in den Niederlanden, in Belgien, Großbritannien und in Brasilien hergestellt und auf allen fünf Kontinenten vertrieben. Aktuelle Innovationen, die DAF kreiert hat, werden auch wieder bei der Internationalen Automobil Ausstellung (IAA) präsentiert werden, die vom 20. bis 27. September 2018 in Hannover stattfinden wird. Das Motto von DAF lautet dafür: „Proud of our heritage, leading today – ready for the future!"

Christian Esser

SPENDENÜBERGABE

Kinder- und Jugendzentrum GOT Elsaßstraße freut sich über 2.300 Euro

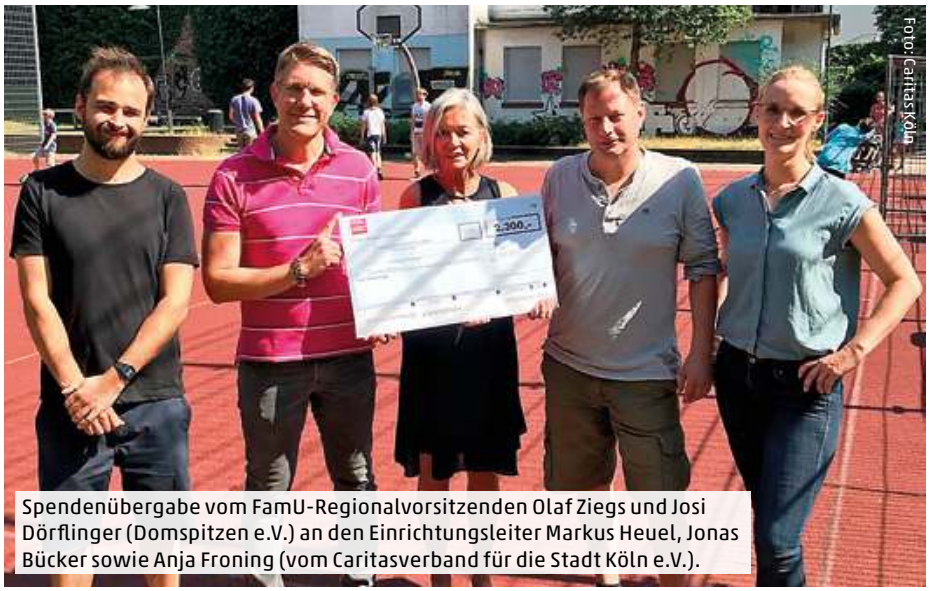


Foto: Caritas Köln

Spendenübergabe vom FamU-Regionalvorsitzenden Olaf Ziegs und Josi Dörflinger (Domspitzen e.V.) an den Einrichtungsleiter Markus Heuel, Jonas Bücker sowie Anja Froning (vom Caritasverband für die Stadt Köln e.V.).

Die Familienunternehmer und die Jungen Unternehmer haben eine Spende an das Kinder- und Jugendzentrum GOT (Ganz Offene Tür) Elsaßstraße in Köln übergeben. Zusammen mit dem Kölner Domspitzen e. V. setzten sich die Unternehmen für einen guten Zweck ein. Markus Heuel, Leiter der GOT Elsaßstraße, nahm den Scheck über 2.300 Euro von Olaf Ziegs, Vorsitzender des Regionalkreises Nordrhein von Die Familienunternehmer, und Josi Dörflinger vom Kölner Domspitzen e. V. entgegen.

Das Kinder- und Jugendzentrum GOT Elsaßstraße in der Kölner Südstadt setzt sich für junge Menschen ein, die aus schwierigen Sozialverhältnissen kommen. So bietet die Ganz Offene Tür eine Nachmittagsbetreuung mit verschiedenen Sport- und Freizeitangeboten an. Dazu zählt auch der in unmittelbarer Nähe zur Einrichtung liegende öffentliche Sport- und Spielplatz. Dieser wird von der Einrichtung benutzt, um die Kinder und Jugendlichen im Veedel zusammenzubringen. Mittlerweile ist hier ein zentraler Treffpunkt von bewegungsinteressierten Kids und deren Familien entstanden. Dort gibt es diverse Sport- und Bewegungsmöglichkeiten. Die Betreuung vor Ort erfolgt über die Caritas mit speziell geschulten Sozialarbeitern, die durch die Spenden engagiert werden konnten. Sie stellen über die Caritas Sportgeräte zur Verfügung, die alle Kinder benutzen können. Außerdem helfen sie bei Problemen oder Konflikten. Das Ziel ist es, Kinder und Jugendliche aus vielen verschiedenen Nationen und mit verschiedenen sozialen Hintergründen zusammenzuführen. Dafür wurden die 2.300 Euro gespendet.

Der Betrag kam bei einer Sammlung im Rahmen des letzten Sommerfestes „Unternehmer Barfuß“ von Die Familienunternehmer und Die Jungen Unternehmer zusammen. Olaf Ziegs zeigt sich sehr zufrieden, mit der Spende das Kinder- und Jugendzentrum GOT Elsaßstraße unterstützen zu können: „Wir freuen uns, mit unserer Spende zur Erhaltung des Platzes beigetragen zu haben. Wir hoffen, dass die Jugendlichen weiterhin viel Freude an diesem zentralen Treffpunkt haben werden.“ *(ce)*

XING IN KÖLN

Rückblick auf erfolgreiches erstes Halbjahr

Im ersten Halbjahr 2018 konnte die Kölner XING-Regionalgruppe bei den Veranstaltungen mehr Zuschauer begrüßen. Auch die Nachfrage nach den Events steigt. Mit rund 70.000 Gruppenmitgliedern ist Köln die viertgrößte Regionalgruppe in Deutschland.

Martin Müller, der die Kölner XING-Regionalgruppe leitet, zog für das erste Halbjahr 2018 eine sehr positive Bilanz. Die Veranstaltungen, die angeboten wurden, seien rege besucht worden und die Nachfrage nehme zu. „Es hat sich herumgesprochen, dass die XING-Events qualitativ meist sehr hochwertig sind und sich aus ihnen Nutzen ziehen lässt“, sagt Müller. Ein besonders gefragtes Highlight war eine Schifffahrt auf dem Rhein mit mehr als 200 Gästen. Außerdem konnten die Gruppenmitglieder bei einem Backstage-Besuch der Kölner Kammeroper und beim XING-Expertendialog Informationen finden und Kontakte knüpfen. Der neue Expertendialog geht nun auch in Köln an den Start. Dieser hat sich bereits an anderen Standorten als ein beliebtes regelmäßiges Event etabliert. Im zweiten Halbjahr 2018 sind ebenfalls viele interessante Veranstaltungen geplant. Dazu zählt unter anderem der Vortrag von Brian Tracy in Düsseldorf. Der womöglich berühmteste Verkaufstrainer der Welt und international gefragte Star-Redner spricht im Rahmen eines Tagesseminars am 4. Oktober. XING-Mitglieder können per Gutscheincode Rabatte erhalten. Darüber hinaus wird es auch zwei weitere „Prime-BBQs“ geben, die Müller zufolge exklusiv für je maximal 30 handverlesene Unternehmer und Entscheider quartalsweise stattfinden. Hier werden die Bereiche Business und Kulinarisches miteinander verbunden, wenn Unternehmer auf Gerichte vom Grillprofi treffen. Die beliebten Treffen seien immer lange im Voraus ausgebucht, berichtet Müller.

An den Veranstaltungen der Kölner XING-Regionalgruppe beteiligen sich regelmäßig rund ein Dutzend Unternehmen aus der Region. „XING ist eine lebendige Plattform und ein hochinteressanter Marktplatz“, weiß Müller. Sein Motto „Persönliches zählt, Geschäftliches ergibt sich“ spiegelt bei den Veranstaltungen und beim Miteinander in der Gruppe das Leitmotiv wider. *(ce)*

DER NEUE FORD **FOCUS TURNIER** TREND

1,0-l-EcoBoost-Motor, 74 kW (100 PS), 6-Gang-Schaltgetriebe inkl. Start-Stopp-System, inklusive Metallic-Lackierung, intelligenter Geschwindigkeitsbegrenzer, LED-Tagfahrlicht, Pre-Collision-Assist u. v. m.

Monatliche Ford Lease Full-Service-Rate

€ 129,01 netto[1,2,3]

(€ 153,52 brutto**)**

DER NEUE FORD **TRANSIT CUSTOM**

2,0-l-TDCi Ford EcoBlue-Motor, 77 kW (105 PS), Bordcomputer, inkl. Trennwand mit Durchlademöglichkeit, Zentralverriegelung mit Fernbedienung, Scheinwerfer-Abblendlicht mit Ausschaltverzögerung u. v. m.

Monatliche Ford Lease Full-Service-Rate

€ 230,04 netto[1,2,4]

(€ 273,75 brutto**)**

Abbildungen zeigen Wunschausstattung gegen Mehrpreis.

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach § 2 Nrn. 5, 6, 6a Pkw-EnVKV in der jeweils geltenden Fassung): Ford Focus: 5,9 (innerorts), 4,1 (außerorts), 4,8 (kombiniert); CO_2-Emissionen: 108 g/km (kombiniert).

Ihr individuelles Angebot erhalten Sie bei folgenden Ford Partnern:

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

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

KIERDORF
Autohaus KIERDORF Niederlassung der I.C. Autohandel Rheinland GmbH
Oskar-Jäger-Str. 166–168
50825 Köln
Tel.: 0221/40 08 50
www.autohaus-kierdorf.de

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

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

www.fordhändler-köln.de

[1] Das Ford Lease Full-Service-Paket ist optional für den Ford Focus ab € 3,74 netto (€ 4,45 brutto), für den Ford Transit Custom ab € 4,75 netto (€ 5,65 brutto) monatlich erhältlich und in der Ford Lease Full-Service-Rate berücksichtigt. Eingeschlossen sind Wartungs- und Inspektionsarbeiten sowie anfallende Verschleißreparaturen in vereinbartem Umfang. Details bei allen teilnehmenden Ford Partnern. Nur erhältlich im Rahmen eines Ford Lease-Vertrages. [2] Ford Lease ist ein Angebot der ALD AutoLeasing D GmbH, Nedderfeld 95, 22529 Hamburg, für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). [3] Gilt für einen Ford Focus Turnier Trend 1,0-l-EcoBoost-Benzinmotor 92 kW (125 PS), 8-Gang-Automatikgetriebe, Start-Stopp-System, € 129,01 netto (€ 153,52 brutto) monatliche Leasingrate, € 0,00 netto (€ 0,00 brutto) Leasing-Sonderzahlung, bei 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtlaufleistung. Leasingrate auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 18.457,98 netto (€ 21.965,- brutto), zzgl. € 587,39 netto (€ 698,99 brutto) Überführungskosten. [4] Gilt für einen Ford Transit Custom Kastenwagen LKW Basis 280 L1 2,0 l TDCi-Motor 77 kW (105 PS), 6-Gang-Schaltgetriebe, € 230,04 netto (€ 273,75 brutto) monatliche Leasingrate, € 0,00 netto (€ 0,00 brutto) Leasing-Sonderzahlung, bei 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtlaufleistung. Leasingrate auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 25.660,- netto (€ 30.535,40 brutto), zzgl. € 890,- netto (€ 1.059,10 brutto) Überführungskosten.

DER WEG IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT

Von der Beratung bis zum ersten Auftrag

Foto: magele-picture - Fotolia.com

Starre Arbeitszeiten, lange Wege zur Arbeit, mangelnde Vereinbarkeit von Familie und Beruf ... – die Gründe, eine selbstständige Tätigkeit anzustreben, sind vielfältig. Selbst bestimmen zu können, wann der Tag anfängt und wann er endet, Berufsverkehr und Stau hinter sich zu lassen und eigene Ideen zu verwirklichen – das alles hört sich gut an. Doch was braucht es außer einer gehörigen Portion Unternehmergeist noch?

Damit eine Existenzgründung erfolgreich ist, braucht sie eine solide Vorbereitung. Neben einer guten Geschäftsidee ist vor allem ein durchdachtes Konzept wichtig. Es muss klar sein, wie mit dem Vorhaben Geld verdient werden kann und welche Kosten bei der Umsetzung entstehen. Wer sind die Kunden für die anzubietende Dienstleistung oder das Produkt und wie sind sie zu erreichen? Welche Mitbewerber sind auf dem Markt?

Beratung schafft Sicherheit

„Der Weg in die Selbstständigkeit – ob als Freiberufler, im gewerblichen oder industriellen Bereich – setzt viel Mut, eine gute Geschäftsidee und die nötige Fachkompetenz voraus“, sagt David Eßer, Gründungsberater bei der Wirtschaftsförderung Rhein-Erft GmbH (WFG).

Für alle freien Berufe (siehe Katalog- oder katalogähnliche Berufe) führt die WFG eine kostenlose Erstberatung durch. „Alle anderen vermitteln wir gerne an die für sie zuständige Kammer in unserer Region“, erklärt Eßer. Die Erstellung eines Businessplans bringt Klarheit und Struktur in das geplante Vorhaben und ist Voraussetzung für die Inanspruchnahme von Förderprogrammen sowie Gesprächen mit der Bank. Die Grundlage dafür ist ein gut erarbeitetes Geschäftsmodell, welches den Markt erkundet, Einflüsse von außen bewertet sowie erste Planzahlen ermittelt. Welche Leistungen selbst erbracht werden können und welche extern eingekauft werden müssen, kann durch eine Analyse der vorhandenen Chancen und Risiken, Stärken und Schwächen ermittelt werden.

Förderungen erhalten

Ob eine Förderung in Anspruch genommen werden kann, hängt von verschiedenen Faktoren ab und lässt sich nur in einem persönlichen Gespräch klären. Die finanziell geförderte Unterstützung durch einen professionellen Berater kann helfen, eine Geschäftsidee zu konkretisieren und zu schärfen, wenn diese noch nicht ganz klar ist und mit dem Vorhaben noch nicht begonnen wurde („Beratungsprogramm Wirtschaft“ des Landes NRW). Personen, die aus der Arbeitslosigkeit heraus eine Selbstständigkeit planen, können über die Agentur für Arbeit Zuschüsse zum Lebensunterhalt beantragen. Hierfür ist eine Tragfähigkeitsbescheinigung notwendig, die die WFG nach positiver Prüfung des Businessplans ausstellt.

Den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt – ein Beispiel aus der Praxis

Mirela Zejcirovic wusste genau, was sie wollte, als sie vor einem halben Jahr den Weg in die Selbstständigkeit wagte. „Ich bin superglücklich, das war die beste Entscheidung meines Lebens“, freut sie sich. Als freischaffende Redakteurin kann sie kreativer und flexibler arbeiten als früher. Da wurde sie für einzelne Projekte gebucht, die sich manchmal nahtlos aneinanderreihten. Es blieb wenig Zeit, um eigene Ideen umzusetzen.

Über den Weg in die Selbstständigkeit habe sie früher schon nachgedacht, doch Ängste und Unsicherheiten überwogen. Ein Beratungsgespräch bei der Agentur für Arbeit zeigte verschiedene Entwicklungsmöglichkeiten auf und der Besuch eines Existenzgründungsseminars hat schließlich geholfen, die Zweifel zu überwinden.

Auch die Erstellung eines Businessplans war hilfreich. Das Geschäftsmodell, die notwendigen Maßnahmen und die benötigten sowie zu erwartenden Finanzmittel aufzuschreiben, brachten Klarheit in das Vorhaben.

Mirela Zejcirovic wurde durch die WFG fachkundig beraten und beantragte daraufhin bei der Agentur für Arbeit einen Existenzgründungszuschuss, der sie in den ersten Monaten nach Gründung finanziell unterstützt.

„Vom ersten Tag an hatte ich genug Arbeit“, so Zejcirovic und freut sich über das ihr entgegengebrachte Vertrauen. Ob und welche Fördermittel ihr zukünftig gewährt werden können, hängt vom bisherigen Erfolg und der Entwicklung ihres Unternehmens ab. Auch dabei wird sie durch die WFG kompetent beraten.

Foto: Tobias Schütz

Mirela Zejcirovic wagte den Schritt in die Selbstständigkeit.

Die WFG berät nicht nur zu Fragen der Existenzgründung – sie unterstützt auch bestehende kleine und mittlere Unternehmen bei der Auswahl von passenden Fördermöglichkeiten.

Von beruflicher Weiterbildung profitieren Angestellte und Arbeitgeber gleichermaßen. Mitarbeiter, die regelmäßig an Fortbildungsmaßnahmen teilnehmen, sind im Berufsalltag nicht nur hoch motiviert, sondern leisten auch einen Beitrag zur Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens – aktive Fachkräftesicherung wird durch das Land Nordrhein-Westfalen gefördert.

AUSGEWÄHLTE FÖRDERMÖGLICHKEITEN

1. mit Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen und des Europäischen Sozialfonds

→ Betrieblicher Bildungsscheck

Der betriebliche Bildungsscheck richtet sich an kleine und mittelständische Betriebe in NRW, welche bei der Förderung von Weiterbildungsmaßnahmen ihrer Mitarbeiter finanziell unterstützt werden. 50 Prozent der Weiterbildungskosten (max. 500 Euro pro Bildungsscheck) werden gefördert, den verbleibenden Anteil trägt das Unternehmen (bis 249 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte).

→ Individueller Bildungsscheck

Der individuelle Bildungsscheck richtet sich an beschäftigte Bürgerinnen und Bürger in NRW. Der Fokus liegt neben den Beschäftigten auch auf Berufsrückkehrern, Selbstständigen und Menschen in Elternzeit.
Das Jahreseinkommen darf bei Einzelveranlagten max. 40.000 Euro, bei gemeinsam Veranlagten 80.000 Euro nicht übersteigen. Auch hier gilt, dass 50 Prozent der Weiterbildungskosten, jedoch max. 500 Euro pro Bildungsscheck gefördert werden (Unternehmensgröße bis 249 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte).

→ Potentialberatung

Potentialberatungen unterstützen Unternehmen dabei, ihre Wettbewerbsfähigkeit auszubauen und sie im Hinblick auf die Zukunft zu sichern.
Mithilfe externer Beratung zu ausgewählten Themenfeldern wie der Arbeitsorganisation und betrieblichen Abläufen, der eigenen Kompetenzentwicklung, dem demografischen Wandel, der Digitalisierung oder dem Gesundheitsmanagement werden vorhandene Strukturen überprüft und neue implementiert (gilt für eine Unternehmensgröße von 10 bis 249 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte). Gefördert werden 50 Prozent der Beratungskosten, jedoch max. 5.000 Euro pro Potentialberatung,

2. mit Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds

→ Bildungsprämie

Die Bildungsprämie richtet sich an Beschäftigte mit einem zu versteuernden Jahreseinkommen von weniger als 20.000 Euro (bzw. 40.000 Euro bei gemeinsam Veranlagten) zur Unterstützung ihrer individuellen berufsbezogenen Weiterbildung. Ziel ist, den Beschäftigten eine kontinuierliche Weiterbildung zu ermöglichen.

3. mit Unterstützung des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales und des Europäischen Sozialfonds

→ unternehmensWert: Mensch

Ziel des Förderprogramms ist es, Unternehmen in der Gestaltung einer zukunftsgerechten Personalpolitik zu unterstützen. Durch externe Beratung in einem der Handlungsfelder Personalführung, Gesundheit, Wissen & Kompetenz und Chancengleichheit & Diversity können nachhaltige Veränderungen angestoßen werden.
Ein Unternehmen mit 1 ≤ 10 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten kann eine Beratung beantragen. Gefördert werden 80 Prozent der Beratungskosten, jedoch max. 800 Euro pro Beratungstag.

→ unternehmensWert: Mensch plus

Um erfolgreich in der digitalisierten Arbeitswelt bestehen zu können, müssen sich Unternehmen fragen, inwieweit der digitale Wandel ihr Geschäftsmodell verändert. Durch professionelle Beratung werden Mitarbeitende und Unternehmen dabei unterstützt, eigene Antworten auf diese Fragen zu entwickeln. Betriebliche Experimentier- und Lehrräume werden gefördert.
Förderberechtigt sind Unternehmen, die weniger als 250 Mitarbeitende beschäftigen, mindestens zwei Jahre bestehen und deren Jahresumsatz geringer als 50 Millionen Euro (oder Jahresbilanzsumme geringer als 43 Millionen Euro) ist.

Gastautorin: Sophia Schiffer von der Wirtschaftsförderung Rhein-Erft GmbH

ⓘ *Weitere Informationen zu den aufgeführten Förderprogrammen erhalten Unternehmen aus der Region unter bit.ly/w-f-g.*

GAMESCOM STELLTE SPIELEVIELFALT IN FOKUS

Mit dem Motto „Vielfalt gewinnt“ stellte die gamescom 2018 die große Bandbreite des Mediums Computer- und Videospiele in den Mittelpunkt

Foto: Alex Weis

Eröffnung gamescom 2018

Ob weltweiter Blockbuster oder überraschender Indie-Titel, ob ein Smartphone-Spiel für den kurzen Zeitvertreib oder aufwendige Spielewelten in der virtuellen Realität: Die Bandbreite des Mediums ist innerhalb der vergangenen Jahre enorm gewachsen. Die Auswahl an Themen und spielbaren Protagonisten ist mehr als riesig.

Die große Vielfalt begeistert dabei immer mehr Spieler, unabhängig von ihrer Nationalität, ihrem Alter, Geschlecht oder körperlichen Einschränkungen. Dabei stellen die Frauen knapp die Hälfte der Spielergemeinschaft. Das Durchschnittsalter steigt von Jahr zu Jahr an und liegt in Deutschland mittlerweile bei über 36 Jahren bei den Spiel-„Kindern“. Die größte Spielergruppe stellen die über 50-Jährigen. Diese große Vielfalt spielt auch bei der Spieleentwicklung eine entscheidende Rolle. Games entstehen heute in Teams mit bis zu mehreren Hundert Spieleentwicklern unterschiedlichster Herkunft.

Trend: Mit Spielen Zukunft gestalten

Auf der weltweit größten Entertainmentmesse für Computerspiele in Köln wurde deutlich, dass Computer- und Videospiele mit ihrer Vielseitigkeit eine besondere Rolle in der zunehmend vernetzten und digitalisierten Gesellschaft einnehmen. Sie sind Unterhaltungsträger, Kulturgut sowie wichtiger Türöffner zur digitalen Welt für Millionen Menschen.

Und auch auf dem Arbeitsmarkt ist das Themengebiet Spiele zunehmend von entscheidender Bedeutung. So sind Fachkräfte der Games-Branche in vielen Wirtschaftszweigen gefragte Experten, zum Beispiel als Gestalter von Benutzeroberflächen oder als Spezialisten für virtuelle Umgebungen, Augmented Reality (AR) und Künstliche Intelligenz (KI).

Auch in anderen Bereichen spielen die Games als Zukunftsmedium eine wichtige Rolle. Die sogenannten Serious Games werden beispielsweise zunehmend im Bildungs- und Gesundheitssektor eingesetzt. Angesichts sinkender Mitgliederzahlen in den Jugendabteilungen planen zudem immer mehr Sportverbände und lokale Vereine, das Thema E-Sport zum festen Teil ihrer Jugendarbeit zu machen.

Weiterer Trend der gamescom 2018: Überall spielen

Spiele sind heute in allen Bevölkerungsschichten so beliebt, weil sie überall und auf nahezu jedem Gerät verfügbar sind. Einen großen Anteil an dieser Entwicklung haben Mobilgeräte wie Smartphones und Tablets. Etwa zehn Jahre nach Einführung des App Stores sind Handys sogar zur beliebtesten Spieleplattform der Deutschen geworden. Dadurch sind die Games überall verfügbar und durch die einfache Steuerung auf dem Mobilfunkgerät per Touchscreen von nahezu jedem spielbar. Die niedrigen Einstiegshürden, die große Vielfalt an Titeln und die dauerhafte Verfügbarkeit haben zum weltweit starken Spielerwachstum in den vergangenen Jahren maßgeblich beigetragen.

Und die Verfügbarkeit von Games wird in den kommenden Jahren noch zunehmen. Zusätzlich zum Kauf einzelner Titel etablieren sich nämlich immer mehr die Abo-Modelle. Für einen festen Betrag pro Monat können Spieler auf einen großen Katalog an verschiedenen Titeln zugreifen, die dann auf der Spielekonsole und dem PC installiert werden können. Beispiele hierfür sind unter anderem „Origin Access Premier“ von Electronic Arts oder der „Xbox Game Pass“ von Microsoft.

Andere Angebote wie „PlayStation Now“ von Sony setzen dagegen auf Cloud-Gaming. Hierbei ist kein leistungsstarker Spiele-PC oder eine aktuelle Spielekonsole notwendig. Die eigentlichen Berechnungen des Spiels finden in einem Rechenzentrum statt. Dadurch können selbst Blockbuster-Titel mit aufwendiger Grafik auf leistungsschwachen Endgeräten nahezu problemlos gespielt werden. Notwendig ist allerdings eine schnelle und latenzarme Internetverbindung.

Matthias Ehlert

SK-ELEKTRONIK

Weltmarktführer aus Leverkusen bietet neue UPAS-Lösung

Foto: SK-Elektronik GmbH

SK-Elektronik auf der ACHEMA Frankfurt 2018

Seit 1987 entwickelt und produziert die SK-Elektronik GmbH aus Leverkusen Rechnersteuerungen für die Prozessanalyse. Mit einem besonderen Augenmerk auf Nachhaltigkeit konnte die Firma zum Weltmarktführer für Flammenionisationsdetektoren aufsteigen und ist außerdem ein attraktiver Betrieb für Auszubildende und Fachkräfte.

Unternehmenserfolg basiert auf vier Kernkompetenzen

Der Erfolg der Leverkusener SK-Elektronik GmbH basiert auf vier Kernkompetenzen. Die erste ist die Konzeption: Wir haben 30 Jahre Entwicklungserfahrung in den Bereichen Elektronik, Layout, Konstruktion und Software. Wir produzieren sowohl für eigene Produkte, jedoch gerne auch im Kundenauftrag. Die zweite Kompetenz ist die Fertigung. Unsere Elektronikkomponenten werden in unserem Kompetenzzentrum in Erfurt automatisch oder manuell bestückt, wie es der jeweilige Produktionsprozess erfordert. Bis hin zur elektrischen Prüfung kann auch diese Dienstleistung für externe Kunden angeboten werden. Die Entwicklung ist die dritte der Kernkompetenzen der SK-Elektronik GmbH aus Leverkusen. Die Qualität unserer Produkte ist unser oberstes Unternehmensziel. Daher spielen die Prozesse nach ISO 9001:2015 in unserem Hause bereits in der Entwicklung eine zentrale Rolle. Wir betreuen die kompletten Testverfahren (CE, VDE, EMV) bis hin zu den jeweiligen Akkreditierungsprozessen bei uns im Hause. Wir übernehmen daher sowohl Produktions- als auch die Prüfaufträge unserer Kunden. Die vierte Kompetenz ist die Beratung. Unser Serviceteam steht Ihnen gerne für technische Fragen, Produktreparaturen, ob im eigenen Haus oder in Ihrer Anlage, zur Verfügung. Darüber hinaus bieten wir nach Absprache produktspezifische Schulungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten an. Über unser Servicetelefon kommen Sie mit uns in Kontakt.

Innovation: UPAS

Darüber hinaus sucht der Weltmarktführer aus dem Rheinland nach neuen Projekten und Lösungen. So auch mit der „Universellen Plattform für analytische Systeme“, kurz: UPAS. Diese neue Plattform ermöglicht es, verschiedene analytische Lösungen für unterschiedliche Applikationen zu integrieren. Je nach Anforderung ist das übergeordnete grafische Interface adaptierbar und bietet so vielfältige Konfigurationsmöglichkeiten. Es können sowohl eigene Systeme integriert als auch Systemlösungen wie FID oder andere aus dem SK-Elektronikproduktangebot ausgewählt werden. Das UPAS-FID gibt es in insgesamt drei verschiedenen Gehäusevarianten.

„Motivation for Innovation“

Die 34 Mitarbeiter produzieren am Unternehmenssitz der SK-Elektronik GmbH in Leverkusen Rechnersteuerungen für die Prozessanalyse, Messwerterfassung und modernste Analysetechnik. Darüber hinaus werden Hardware- und Softwarelösungen wie UPAS individuell auf die Bedürfnisse der Kunden aus chemischer Industrie, produzierendem Gewerbe und Umwelttechnologie zugeschnitten. Die Produkte des Weltmarktführers von Flammenionisationsdetektoren bis hin zu gesamten Analyseschränken sind weltweit gefragt. Die Leverkusener greifen vom Rheinland aus auf ein Vertriebsnetz zurück, das die SK-Produkte nach Übersee und in den asiatischen Markt liefert. Weltweit ist SK-Elektronik für seine nachhaltigen und qualitativen Produkte bekannt.

SK-Elektronik als attraktiver Arbeitgeber

Die SK-Elektronik GmbH versteht es, sich den Gegebenheiten immer wieder anzupassen, und zeigt stetiges Veränderungswissen, getreu dem Motto „Motivation for Innovation“. Lösungen wie UPAS oder der „Ökolüfter 9038“, der entscheidend zur Wärmerückgewinnung in Gebäuden und zur Kompensation des CO2-Ausstoßes beiträgt, sind nur zwei der vielen Innovationen aus Leverkusen. Auch als Arbeitgeber ist die SK-Elektronik GmbH attraktiv. Die Mitarbeiter erhalten hervorragende Aus- und Weiterbildungsangebote. „Die Ausbildung von und mit unseren Mitarbeitern gibt jungen Menschen in den Bereichen Elektronik, Mechanik, Physik, Chemie, Software und internationaler Betriebswirtschaft ein breites Spektrum an Entwicklungsmöglichkeiten“, erklärt Natalie Kühn, Geschäftsführerin der SK-Elektronik GmbH.

SK-ELEKTRONIK GMBH LEVERKUSEN

SK-Elektronik GmbH
Benzstr. 23-25, 51381 Leverkusen
Tel. 02171 3955-0, Fax 02171 3955-49
info@sk-elektronik.de, www.sk-elektronik.de

SCHUTZ WIRD IMMER WICHTIGER

Neue gesetzliche Anforderungen an den Schutz von Geschäftsgeheimnissen

Foto: Rynio Productions - Fotolia.com

Bitte weitersagen: Neues Gesetz zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen kommt!

Der Schutz von Geschäftsgeheimnissen ist für viele Unternehmen von elementarer Bedeutung. Umso erstaunlicher ist, dass so wenige Unternehmen die anstehende Gesetzesänderung in diesem Bereich auf dem Radar haben.

Am 18. Juli 2018 legte die Bundesregierung einen entsprechenden Entwurf vor, mit dem die zugrunde liegende europäische Richtlinie in nationales Recht umgesetzt werden soll. Einen Monat nach Ablauf der von der EU gesetzten Umsetzungsfrist.

Geschäftsgeheimnisse im Unternehmen sind ein wichtiges Asset

Gerade innerhalb einer globalisierten Wirtschaft werden Teilaufgaben innerhalb eines Projektes an unterschiedliche Dienstleister ausgelagert. Für viele Produkte wird die Forschung und Entwicklung in Deutschland durchgeführt, die Fertigung aber oftmals in Fernost. Dass hierbei innovatives Wissen abfließen kann, liegt auf der Hand. Bereits auf nationaler Ebene war in Deutschland bisher der gesetzliche Schutz solchen Wissens nicht ausreichend. Hinzu kam die Zersplitterung des Schutzniveaus auf europäischer Ebene. Aber auch vertragsrechtlich veranlassten Unternehmen oftmals nicht mehr als die Vereinbarung von Vertraulichkeitsverpflichtungen. Diese Situation veranlasste den Gesetzgeber, tätig zu werden. Bereits 2016 hatte die EU eine Richtlinie zum Schutz von Know-how erlassen, die nun in nationales Recht umgesetzt werden musste.

Im Mittelpunkt steht das Geschäftsgeheimnis

Der Regierungsentwurf sieht zahlreiche Möglichkeiten zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen vor. Ein Geschäftsgeheimnis ist dabei nach dem Entwurf „eine Information, die weder insgesamt noch in der genauen Anordnung und Zusammensetzung ihrer Bestandteile den Personen in den Kreisen, die üblicherweise mit dieser Art von Informationen umgehen, allgemein bekannt oder ohne Weiteres zugänglich ist und daher von wirtschaftlichem Wert ist und Gegenstand von angemessenen Schutzmaßnahmen ist“.
Was letztlich eine „angemessene Schutzmaßnahme“ ist, wie es die Definition vorsieht, soll nach der Begründung des Gesetzentwurfs durch die Gerichte im Einzelfall entschieden werden. Konkrete Beispiele für solche Maßnahmen nennt der Entwurf naturgemäß nicht. Daher gilt es hier bis zum Vorliegen entsprechender Konkretisierung durch die Rechtsprechung, besondere Sorgfalt auf die eigenen rechtlichen und praktischen Notwendigkeiten und Möglichkeiten im Unternehmen zu verwenden. Denn was „angemessen“ ist, kann auch nach Vorliegen etwaiger Gerichtsentscheidungen voraussichtlich nur im Einzelfall beantwortet werden. Was man aber bereits jetzt sagen kann, ist, dass die Schutzmaßnahmen aus einem Mix an technischen, organisatorischen und vertraglichen Maßnahmen bestehen müssen. Denn wer nur seine Verträge anpasst, aber seine interne, betriebliche Organisation nicht auf den größtmöglichen Schutz geheim zu haltender Informationen ausrichtet, kann sich bei einem Abfluss der Geschäftsgeheimnisse nicht wirksam auf den Schutz nach dem neuen GeschGehG berufen. Als sicher gilt ebenfalls bereits folgende Feststellung: Je vertraulicher das Geschäftsgeheimnis ist, desto höher müssen die Anforderungen an den Geheimnisschutz sein.

Anforderungen an ein Schutzkonzept

Ein Schutzkonzept kann also in der Praxis für die gesetzlich vorausgesetzte Angemessenheit der Maßnahmen zum Geheimnisschutz Sorge tragen. Ein solches Schutzkon-

zept muss technische und organisatorische Maßnahmen zum umfassenden Schutz von Geschäftsgeheimnissen garantieren können. Das bedeutet z. B. auf technischer Seite keinen ungeschützten Zugang zu vertraulichen oder kritischen Daten von nicht befugten Personen auf den Servern eines Unternehmensintranets.

Auf arbeitsvertraglicher Ebene müssen Personen, die mit den geschützten Geschäftsgeheimnissen in Berührung kommen, durch Geheimhaltungsvereinbarungen und Wettbewerbsverbote an der Weitergabe von Geschäftsgeheimnissen gehindert werden.

Ferner müssen Geheimhaltungsvereinbarungen mit allen Kooperationspartnern eines Unternehmens geschlossen werden, die mit den Geschäftsgeheimnissen in Berührung kommen. So kann beispielsweise ein IT-Unternehmen ein Softwareprojekt an unterschiedliche Freelancer auslagern, diese sollten hierbei aber streng auf die erforderliche Geheimhaltung verpflichtet werden.

Im Ergebnis wird man auch jede Geheimhaltungsvereinbarung den tatsächlich implementierten Sicherungsmaßnahmen anpassen müssen.

Entwicklung eines Schutzkonzeptes

Demnach sind die Anforderungen an ein Schutzkonzept immer unterschiedlich: Ein kleines Start-up-Unternehmen hat schon aufgrund seiner Größe und überschaubaren Manpower andere Anforderungen als ein global operierender Konzern oder ein Familienunternehmen. Aber so unterschiedlich die Anforderungen an ein zu implementierendes Schutzkonzept auch sind, so bietet sich zur Entwicklung eines Schutzkonzeptes in der Regel ein 5-Phasen-Modell an:

→ Phase 1: Feststellungsphase

In einer Feststellungsphase muss überprüft werden, welche Informationen und welches Know-how im Unternehmen bestehen. Ferner sollte der Schutzbedarf des jeweiligen Geheimnisses aufgrund eines qualifizierenden Fragenkatalogs ermittelt werden. Ein solcher Fragenkatalog qualifiziert dann das jeweilige Geschäftsgeheimnis nach Vertraulichkeit und legt die Schutzstufe für das Geheimnis fest.

→ Phase 2: Planungsphase

Die Planungsphase bestimmt Maßnahmen, um bestehende und eventuelle Gefahren für den Verlust der in der vorherigen Feststellungsphase ermittelten Geschäftsgeheimnisse auszuschließen. Bei einer in der Planungsphase durchzuführenden Gefährdungsanalyse müssen dann Maßnahmen ausgewählt werden, die auf vertraglicher, technischer und organisatorischer Ebene garantieren, dass sich Gefahren zum Verlust von Geschäftsgeheimnissen nicht realisieren.

→ Phase 3: Umsetzungsphase

Die Implementierung der vorher getroffenen Maßnahmen ist der wesentliche Bestandteil der Umsetzungsphase. Hier werden zahlreiche Abteilungen im Unternehmen an der Realisierung der jeweiligen Maßnahmen, beispielsweise der Verpflichtung zum Geheimnisschutz oder der Umsetzung von technischen und organisatorischen Maßnahmen, beteiligt sein.

→ Phase 4: Prüfphase

Anschließend sollten die umgesetzten Maßnahmen auf ihre Wirksamkeit hin überprüft werden. Die Prüfphase zeigt hierbei im Rahmen von Audits sowie Erfahrungen den Verbesserungsbedarf am Geschäftsgeheimnisschutz auf und dient der Vorbereitung der Verbesserungsphase. Diese Phase dient insbesondere der Entdeckung von Schwachstellen, die entweder in der Vergangenheit zu einem Abfluss von Informationen geführt haben oder möglicherweise künftig dazu führen können.

→ Phase 5: Verbesserungsphase

Innerhalb der Verbesserungsphase kann dann mittels einer Kosten-Nutzen-Analyse und auf Grundlage der Prüfphase stetig an dem nun bestehenden Schutzkonzept gearbeitet werden.

Durchsetzung von Ansprüchen aus dem Geheimnisschutzgesetz

Nachdem ein solches Geschäftsgeheimnis durch die angemessenen Schutzmaßnahmen begründet wurde, kann der Inhaber eines Geschäftsgeheimnisses eine Vielzahl von Ansprüchen zur Durchsetzung der ihm zustehenden Rechte geltend machen. Nachdem bislang Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse lediglich über strafrechtliche Regelungen im Gesetz des unlauteren Wettbewerbs und über das Deliktsrecht geschützt wurden, war es eine Bestrebung des europäischen Gesetzgebers, den zivilrechtlichen Schutz von Geschäftsgeheimnissen dem Patentschutz anzugleichen. So werden dem rechtmäßigen Inhaber eines Geschäftsgeheimnisses eigene Schadensersatz-, Unterlassungs- und Auskunftsansprüche gegen einen Rechtsverletzer an die Hand gegeben. Er kann die Vernichtung und Herausgabe von Dokumenten sowie die Entfernung und Rücknahme von rechtsverletzenden Produkten verlangen.

Handlungsbedarf im Unternehmen

Auch wenn es sich beim Geschäftsgeheimnisgesetz bisher um einen Entwurf der Bundesregierung handelt, so besteht doch schon jetzt enormer Handlungsbedarf bei allen Unternehmen. Verträge mit Kooperationspartnern, Arbeitsverträge und IT-Richtlinien müssen im Unternehmen geprüft werden. Ferner müssen angemessene Schutzkonzepte erarbeitet und umgesetzt werden, damit unternehmenskritisches Know-how nicht verloren geht. Unternehmen müssen bereits jetzt handeln – und nicht erst, wenn das Gesetz in Kraft getreten ist.

Gastautoren:

Foto: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht Sebastian Laoutoumai, LL.M.

Foto: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Rechtsanwalt Daniel Lehmann

STEUERTIPPS

Keine überhöhten Nachzahlungszinsen zahlen

Foto: Tatjana Balzer - Fotolia.com

Laut Bundesfinanzhof bestehen starke Zweifel, dass sechs Prozent Zinsen auf Nachzahlungen an das Finanzamt angemessen sind. Steuerzahler sollten alle Zinsfestsetzungen kritisch prüfen und im Zweifelsfall Einspruch einlegen.

Steuerliche Außenprüfungen haben für Steuerzahler nicht selten unangenehme Konsequenzen. Stößt das Finanzamt auf Unregelmäßigkeiten, flattert schnell ein saftiger Nachzahlungsbescheid ins Haus. Gerade Unternehmen müssen je nach Fall hohe Summen schultern. Neben den ausstehenden Steuern erhebt der Fiskus zusätzlich Zinsen von bislang sechs Prozent jährlich. In einem aktuellen Beschluss hat der Bundesfinanzhof starke Zweifel an der Angemessenheit der Höhe des Zinssatzes erklärt (BFH, Az. IX B 21/18). Die Vollziehung des angefochtenen Zinsbescheides wurde daher ausgesetzt.

Anspruch auf Rückerstattung sichern

Über die Frage, ob der gesetzliche Zinssatz verfassungsgemäß ist, muss nun das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) entscheiden. Den Richtern liegen in der Sache zwei Beschwerden vor. Betroffene Steuerzahler sollten gegen Zinsbescheide ohne Vorläufigkeitsvermerk unbedingt Einspruch einlegen. So sichern sie sich bei einem steuerzahlerfreundlichen BVerfG-Urteil ihren Anspruch auf eine Rückerstattung.

Für den Fiskus geht es um viel Geld. Laut Bundesfinanzministerium haben Betriebsprüfer im Jahr 2016 bundesweit Mehreinnahmen von rund 14 Milliarden Euro eingetrieben. Insofern ist der Nachzahlungszinssatz von 0,5 Prozent monatlich oder sechs Prozent jährlich für den Staat eine lukrative Einnahmequelle. Die Sache hat nur einen Haken: Der Zinssatz, der in gleicher Höhe auch für Steuererstattungen gilt, stammt noch aus der Zeit des „Wirtschaftswunders“. Damals lehnte der Gesetzgeber die Verzinsung an geltende Anlage- und Darlehenszinssätze an. In der aktuellen Niedrigzinsphase liegt der Satz nach Ansicht der BFH-Richter viel zu hoch. Der Zinssatz wird sich zukünftig wohl stärker an den aktuellen Marktzinsen orientieren müssen. Eine Entscheidung des BVerfG wird noch für 2018 erwartet.

Betroffene sollten fachlichen Berater zurate ziehen

Die Finanzverwaltung hat auf das neue BFH-Urteil reagiert und ordnet die Aussetzung der Vollziehung aller Zinsbescheide unter bestimmten Voraussetzungen an. Grundlage ist ein neues Schreiben des Bundesfinanzministeriums (Az. IV A 3 – S 0465/18/10005-01). Die Anweisung gilt grundsätzlich für Verzinsungszeiträume ab dem 1.4.2015. Unter Umständen ist auch eine Aussetzung für davor liegende Zeiträume möglich. Dazu müssen Steuerzahler genau begründen, warum eine Zinszahlung für sie eine „unbillige Härte“ darstellt und sie demnach ein „besonderes berechtigtes Interesse“ an einer Aussetzung haben. Betroffene sollten prinzipiell einen fachlichen Berater zurate ziehen. Er sollte eine Bewertung der Erfolgsaussichten vornehmen und dafür sorgen, dass die Antragsgründe auf rechtlich sicherem Boden stehen.

Der vom Fiskus verfügte Zinszahlungsstopp gilt für alle Steuerarten. Voraussetzung ist, dass noch kein abschließender Steuerbescheid vorliegt und Steuerzahler die notwendigen Schritte einleiten. Zunächst müssen Betroffene die Zinsfestsetzung anfechten. Dazu ist ein schriftlicher Einspruch erforderlich. In dem Schreiben sollte unbedingt ein Verweis auf das genannte BFH-Verfahren erfolgen.

Strittige Rechtslage

Damit ist es jedoch noch nicht getan. Steuerzahler müssen in einem weiteren Schritt ein Ruhen des Verfahrens beantragen. Dazu genügt ein entsprechender Antrag in dem Einspruch, wobei allerdings auf die strittige Rechtsfrage hingewiesen werden muss. Hier sollten Antragsteller die beim BVerfG anhängigen Verfahren aufführen (Az. 1 BvR 2237/14 und Az. 1 BvR 2422/17). Darüber hinaus sollten Steuerzahler eine Aussetzung der Vollziehung der Zinsfestsetzung beantragen. Nur so ist gewährleistet, dass Firmen den Zinsbetrag zum festgesetzten Zeitpunkt nicht doch noch zahlen müssen. Ein Verweis auf die anhängigen BVerfG-Verfahren sollte nicht fehlen.

Was tun, wenn Steuerzinsen bereits gezahlt wurden? Auch in diesem Fall kann ein Antrag auf Aussetzung der Vollziehung helfen. Die Finanzbehörde erstattet dann den gezahlten Betrag zurück.

Foto: WWS

Gastautorin: Dr. Stephanie Thomas, Rechtsanwältin, Steuerberaterin und Fachanwältin für Steuerrecht der Kanzlei WWS Wirtz, Walter, Schmitz in Mönchengladbach

Und wie schützen Sie sich vor Cyber-Attacken?

Cyber Security halten viele Unternehmen für einen Kostenfaktor. Ein verhängnisvoller Irrtum. Denn in Wirklichkeit ist Sicherheit ein unermesslicher Nutzenfaktor.
Schließlich verursachten Cyber-Attacken im Jahr 2017 allein in Deutschland einen Schaden von 54 Mrd. Euro. In der EU belief er sich sogar auf 340 Mrd.
Dabei bleibt ein großer Anteil der Cyber-Attacken unbemerkt. Und gerade die sind die besonders erfolgreichen. Denn deren Ziel ist der fortwährende Abfluss von Know-how.

Im Jahr 2020 werden weltweit rund 50 Milliarden Dinge digital miteinander verknüpft sein. Jedes einzelne kann ein Einfallstor für Angreifer sein.
Keine Frage: Sicherheit erfordert mehr denn je eine ganzheitliche Herangehensweise. Und die wiederum erfordert Kompetenzteams, die das Problem und das Geschäft verstehen.

Wir tun das.

www.dwf.law

WIE HALTEN WIR ES MIT DER TÜRKEI?

Die Beziehungen zur Türkei waren schon mal besser – nicht nur aus deutscher Sicht

Die türkische Lira schwächelt - keine leichte Situation für deutsche Unternehmen.

In einer aktuellen Umfrage hat die Kölner Industrie- und Handelskammer in Erfahrung gebracht, welche Auswirkungen die momentan schwache türkische Lira auf Exporte und Investitionen von Kölner Unternehmen hat.

Wenig überraschend: Die regionale Wirtschaft zeigt sich in Sorge. Bei der von der Kölner IHK durchgeführten Blitzumfrage antworteten innerhalb von 24 Stunden 113 Unternehmen, die Geschäftsbeziehungen mit der Türkei unterhalten. Die Auswirkungen der Lira-Krise auf deutsche Exporte in die Türkei sehen dabei 98 der teilnehmenden Unternehmen negativ, da ausländische Produkte für türkische Kunden teurer werden.

Die IHK Köln als Schwerpunktkammer Türkei hat in Zusammenarbeit mit den NRW-IHKs die Blitzumfrage initiiert. Immerhin erwarten 63 Umfrageteilnehmer, dass die schwache Lira türkische Exporte Richtung Deutschland begünstigt. Doch dürfte dieser Effekt begrenzt sein. Andreas Schäfer, stellv. Geschäftsführer International der IHK Köln: „Türkische Produzenten müssen häufig Vorprodukte und Maschinen in Fremdwährungen einkaufen, was jetzt teurer wird. Außerdem besteht die Gefahr, dass manche örtliche Produzenten wegen der Lira-Schwäche ihren Zahlungsverpflichtungen nicht mehr nachkommen können."

Allerdings hat die Bundesregierung im ersten Halbjahr 2018 Lieferungen und Leistungen in die Türkei abgesichert. Exportgarantien in Höhe von mehr als 830 Millionen Euro nehmen deutschen Firmen damit zunächst einmal den größten Druck aus dem Kessel, können sie so langjährige gute Beziehungen aufrechterhalten – ohne Angst, vor dem plötzlichen Ruin zu stehen.

Nur wenige (10) Umfrageteilnehmer erwarten, dass der Währungsverfall deutsche Investitionen in der Türkei fördert, die Mehrheit (87) befürchtet negative Folgen. Andreas Schäfer: „Durch die Wechselkursentwicklung wird es zwar günstiger, in der Türkei zu investieren. Allerdings überwiegt bei den meisten Unternehmen die Sorge vor den Auswirkungen der Währungskrise auf die Gesamtwirtschaft."

Die Türkei ist für NRW ein wichtiger Wirtschaftspartner, mit zuletzt deutlich wachsendem Exportvolumen. In den Monaten Januar bis Mai betrug der Exportwert von NRW-Waren in die Türkei 1,794 Milliarden Euro. Damit hat die Türkei einen Anteil von 2,2 Prozent am gesamten NRW-Export (bundesweit 1,7). In Köln ist die Zahl der Unternehmen mit Geschäftsbeziehungen in die Türkei besonders hoch: 43,5 Prozent der Unternehmen, die im Ausland aktiv sind, pflegen auch Geschäftsbeziehungen in die Türkei. Für die gesamte Bundesrepublik beträgt dieser Wert laut der IHK-Unternehmensumfrage „Going International 2018" 32,6 Prozent.

Des einen Leid ist des anderen Freud. Der US-Dollar profitiert momentan von den kriselnden Wirtschaftsbeziehungen und steigenden Zollabgaben. Investoren legen vermehrt ihre Gelder in US-Vermögenswerte an, was dem Dollar Auftrieb verleiht, zugleich aber auch die Probleme in den aufstrebenden Märkten verschärft.

Wer momentan in der Türkei urlaubt, profitiert von der schwachen Lira. Der gegenüber dem Euro günstige Kurs ermöglicht es, in den Geschäften preiswerter einzukaufen – was gerade im gehobenen Segment der Edelboutiquen lohnt.

Die Preise für Pauschalreisen müssten also auch fallen. Aber: Viele Preise für Flug und Unterkünfte sind seit Langem ausgehandelt und werden sich spontan nicht ändern. Außerdem ist die Türkei momentan als Reiseziel sehr gefragt. Insofern sehen die großen Reiseveranstalter nicht wirklich einen Grund, die Preise zu senken.

Deutschland jedenfalls ist wichtigster Handelspartner der Türkei. Insgesamt müssen sich 6.500 deutsch geführte Unternehmen mit der Situation arrangieren. Geschäftsleute in der Türkei wiederum, die im Ausland Waren in US-Dollar eingekauft haben, halten sich mit Verkäufen zurück. Sie müssten Aufschläge von 20 Prozent tätigen, um durch Kursverluste entstandene Ausfälle wieder hereinzuholen.

Heribert Eiden

RISIKO UND KOMFORT

Dr. Christoph Siemons, Mitglied des Vorstands der Sparkasse KölnBonn, spricht mit DIE WIRTSCHAFT über die Betreuung vermögender Privatkunden

Foto: Christian Altengarten/Sparkasse KölnBonn

Der Aktienanteil am liquiden Gesamtvermögen sollte individuell ausfallen.

Durch die niedrigen Zinsen ist es schwer, einen Weg zu finden, Geld gewinnbringend anzulegen. Vermögende Privatkunden gehen zunehmend mehr Risiko bei der Geldanlage ein – am Komfort bei der Betreuung und voller Kostenkontrolle wollen sie aber nicht sparen.

DIE WIRTSCHAFT: Herr Dr. Siemons, welche Bedeutung hat das Private-Banking-Geschäft für Ihr Institut?

Siemons: Die Sparkasse KölnBonn ist im Privatkundengeschäft Marktführer in Köln und Bonn. Wesentlicher Bestandteil ist unser Private Banking – die Betreuung vermögender Bürger, unabhängig davon, ob Immobilien, unternehmerisches Kapital oder Wertpapiere ihre Vermögensschwerpunkte bilden. Die kontinuierlich hochwertige und sehr persönliche Betreuung wird geschätzt und führt zu nennenswerten Vermögensverlagerungen von Wettbewerbern zu uns. Inzwischen begleiten wir mehr als 5.000 Private-Banking-Kunden als Hausbank in allen finanziellen Fragen. Dazu zählen auch die Übertragung von Vermögen zu Lebzeiten, Stiftungsgründungen, Vollmachten und Patientenverfügungen sowie die Testamentsvollstreckung.

DIE WIRTSCHAFT: Was sind aktuelle Trends bei Ihren Kundendepots?

Siemons: Zwei Trends sind für uns erkennbar. Erstens: Durch die anhaltende Niedrigzinsphase steigt substanziell die Bereitschaft, dem Vermögensverwalter ein höheres Risikobudget zur Verfügung zu stellen. Hier sehen wir eine wichtige Aufgabe auch darin, unsere Kunden darauf vorzubereiten, dass ein Mehr an Aktien & Co. signifikantere Kursrückgänge im eigenen Depot nach sich ziehen wird, wenn die Börsen irgendwann den Rückwärtsgang einlegen. Ist der Anleger darauf vorbereitet, kann er viel professioneller und entspannter damit umgehen. Investiert zu bleiben, war ja in den schwierigen Kapitalmarktsituationen der Vergangenheit oft gar keine so falsche Entscheidung.

DIE WIRTSCHAFT: Und der zweite Aspekt?

Siemons: Neukunden greifen immer häufiger auf unser KomfortDepot zurück. Und zwar dann, wenn sie die Einzelentscheidungen zu ihren Kapitalanlagen nicht delegieren, sondern mit uns im Dialog treffen wollen. Das KomfortDepot bietet neben zahlreichen Mehrwertleistungen einen transparenten Pauschalpreis (All-in-Fee). Der Kunde kann somit Anlageentscheidungen ohne weitere Gebührenüberlegungen treffen; es fallen keine Transaktionskosten, Ausgabeaufschläge oder Depotgebühren an. Die damit verbundene Flexibilität und Kostenkontrolle werden sehr geschätzt.

DIE WIRTSCHAFT: Die deutschen Anleger sind immer noch besonders zinsaffin. Wann erwarten Sie eine Zinswende?

Siemons: Wir erwarten, dass der seit Jahrzehnten anhaltende Trend sinkender Zinsen langsam an sein Ende kommt. Die EZB will ihre milliardenschweren Anleihenkäufe zum Jahresende 2018 auslaufen lassen. Mit einem höheren Leitzins im Euroraum rechnen wir erst in der zweiten Jahreshälfte 2019. Folgendes Szenario sehen wir: Die Renditen in den USA werden auf Jahressicht graduell zulegen. Dem dürften sich die Renditen im Euroraum kaum entziehen können, allerdings begrenzt. Steigende Renditen wiederum machen aktives Management und die Absicherung von Zinsrisiken in der Vermögensverwaltung wichtiger. Wir bevorzugen bei Anleihe-Investments im aktuellen Umfeld Spread- vor Zinsrisiken. Außerdem legen wir großen Wert auf ein breit diversifiziertes Anleihenportfolio.

DIE WIRTSCHAFT: Bleiben Aktien die bevorzugte Anlage der Wahl auch in schwierigem Marktumfeld – Stichwort Brexit, Zollschranken?

Siemons: Pauschal kann man das nicht beantworten. Einerseits haben Aktien langfristig deutliche höhere Renditechancen als verzinsliche Anlagen mit guter Bonität. Demgegenüber sind bei Aktien insbesondere über kürzere Zeiträume empfindliche Preisschwankungen möglich. Der Aktienanteil am liquiden Gesamtvermögen sollte daher individuell je nach Anlegermentalität, persönlicher und finanzieller Situation, Anlagehorizont sowie künftiger Ertragserwartung ausfallen. Die passende Asset Allocation zu finden, d. h. die Aufteilung des Vermögens auf Aktien und andere Anlageklassen, wird den Kunden durch die kompetente Unterstützung unserer Berater in der Sparkasse erleichtert.

Christian Esser

INVESTOREN IM AMATEURFUSSBALL

Mäzene und Investoren übernehmen immer mehr Amateurvereine

Investoren im Amateurfußball? Gewinn oder Eigentor?

Geld schießt Tore. Im Weltfußball und in der Bundesliga ist dieser Satz längst das Maß aller Dinge. Ablösesummen in astronomischer Höhe, Spielergehälter, von denen selbst Chefs großer globaler Firmen träumen, und eine schier endlos wirkende Marketingmaschine à la Nationalmannschaft – so sieht Profifußball im 21. Jahrhundert aus.

Mäzene und Investoren sind im deutschen Profifußball nichts Neues mehr. Hoffenheim marschierte maßgeblich aufgrund der Millionen von Dietmar Hopp in die Bundesliga. In Hannover ist Martin Kind der einflussreiche Geldgeber und beim HSV gibt es immer wieder Ärger mit Klaus-Michael Kühne, der in der Vergangenheit immer wieder die Geldschatulle aufmachte, um dem angeschlagenen „Dino" zu helfen. Darüber hinaus stecken auch Unternehmen hinter vielen Clubs in Deutschland, dazu gehören zum Beispiel der VfL Wolfsburg, der FC Ingolstadt und RB Leipzig. Doch nicht nur im Profifußball haben sich Investoren und Mäzene breitgemacht. Insbesondere gegen RB Leipzig und die TSG Hoffenheim gibt es in den Stadien immer wieder Fanproteste. Doch haben sich die meisten Fans längst damit abgefunden.

Amateurligen und Millionenetats

In Köln unterstützt Mäzen Franz-Josef Wernze den Regionalligisten Viktoria Köln. Er kümmert sich darüber hinaus auch um Lok Leipzig. Für ihn sind beide Vereine Herzensangelegenheiten, trotz Hunderter Firmen, die er führt. Und selbst in der vierten Liga ist schon jede Menge Geld im Spiel. Viktoria-Konkurrent Alemannia Aachen geht mit einem Etat von drei Millionen Euro in die aktuelle Saison. Für die erste Mannschaft sind 1,2 Millionen Euro vorgesehen. Zwar hat das mit den Summen, die in der Bundesliga aufgerufen werden, nicht viel zu tun. Doch auch hier ist Geld ein gern gesehenes Motivationsinstrument, so auch vor Kurzem in der ersten DFB-Pokalrunde gegen RB Leipzig. „Ich habe bei einem Sieg 180.000 Euro ausgelobt. Für das Erreichen der 2. Runde würden wir ja 318.500 Euro TV-Geld erhalten", verriet Wernze der „Bild"-Zeitung vor dem Spiel. Nach großem Kampf und toller Leistung verlor Viktoria Köln 1:3 gegen RB Leipzig.

Nachwuchsarbeit wird zunehmend ausgebremst

Aber auch in den fünften und sechsten Ligen in Deutschland gibt es zunehmend Investoren, die Geld in die Vereine stecken, verbunden mit der Hoffnung, vielleicht einmal an die großen Geldtöpfe in den Profiligen heranzukommen. Doch gerade in den unterklassigen Ligen fehlt das Geld, das Mäzene und Investoren in die ersten Mannschaften pumpen, oft innerhalb der Vereine an anderer Stelle, beispielsweise in der Jugendarbeit. Hier werden teilweise sogar Gelder abgezogen, die in die vermeintlichen Vorzeigeteams im Seniorenbereich fließen. Für den Nachwuchs wird es immer schwieriger, innerhalb des eigenen Vereins in die Seniorenmannschaften aufzurücken. Stattdessen werden auch hier bereits vermeintlich talentierte Spieler von anderen Vereinen abgeworben, inklusive Wechselprämie natürlich. Immer wieder gibt es Berichte über prall gefüllte Umschläge mit Geld, die in den Umkleidekabinen unter den Spielern unterklassiger Vereine verteilt werden. Selbst Prämien für das Erscheinen beim Training gibt es bei manchen vermeintlichen Amateurclubs.
Die Zeiten, in denen die Vereinspräsidenten in Amateurvereinen ihrer Tätigkeit ehrenamtlich nachgegangen sind, gehören in den vierten, fünften und sechsten Ligen zunehmend der Vergangenheit an. Oftmals haben sie an Spieltagen noch selbst die Bratwürste gegrillt oder an der Kasse die zwei, drei Euro kassiert, die zur Deckung der Laufkosten und für die Jugendförderung bestimmt waren. Jetzt ziehen in diese Rollen zunehmend Mäzene und Investoren mit mächtigen und vielen Firmen im Rücken. Fußball im Amateurbereich wird also auch hier zunehmend zum Geschäft.

Christian Esser

NRW: ERNTEAUSFÄLLE IN MILLIONENHÖHE

Landwirte müssen teilweise Totalausfälle hinnehmen – Bund und Länder wollen helfen

Foto: Gina Sanders - Fotolia.com

Bei Mais gab es hohe Ernteausfälle für Landwirte.

Heiße Temperaturen und wochenlang kein Regen. Viele Bauern in Deutschland haben angesichts der Dürre schwere Einbußen bei ihrer Ernte hinnehmen müssen. Für Bundesagrarministerin Julia Klöckner liegen Ernteschäden „nationalen Ausmaßes“ vor. Der Bund will nun 150 bis 170 Millionen Euro geben. Die Länder sollen in selber Höhe den Bauern helfen.

„Wir müssen nun schnell reagieren“, sagte Klöckner. Betriebe, die mehr als 30 Prozent ihrer durchschnittlichen Jahresernte verloren haben, sollen Hilfen erhalten. Nach Länderangaben sollen bundesweit rund 10.000 Betriebe existenzbedroht sein. Eine Existenzbedrohung muss festgestellt werden, damit es für einen Betrieb finanzielle Hilfe gibt. Im September soll es eine Vereinbarung zwischen Bund und Ländern geben.

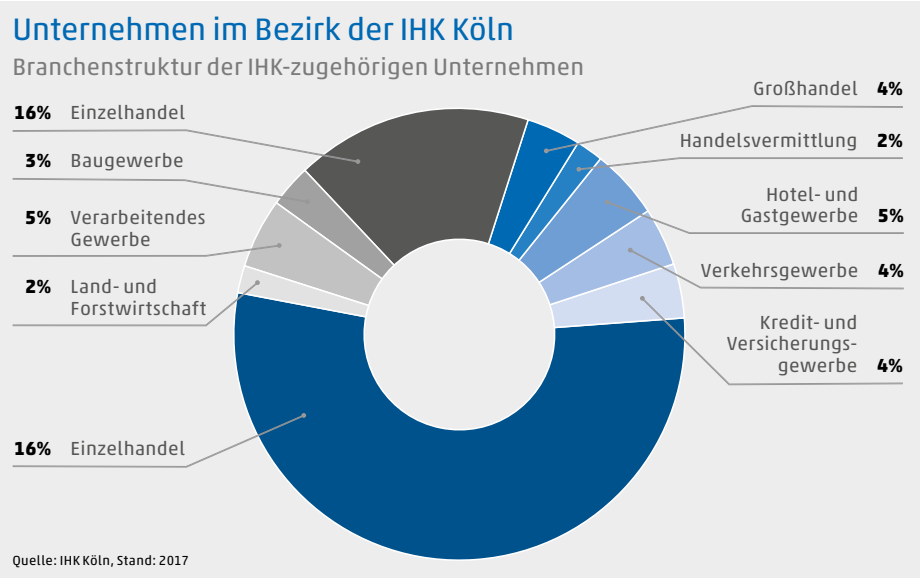
Auch in NRW gehen die Ernteausfälle durch die Hitzeperiode in die Millionen. „Insgesamte wird sich die Schadenssumme schätzungsweise auf etwa 200 Millionen Euro belaufen. Wir werden Landwirte unterstützen, die tatsächlich bedürftig sind“, sagte Ursula Heinen-Esser, NRW-Landwirtschaftsministerin, dem WDR. In anderen Bundesländern sind die Ernteverluste noch höher. Das stärkste Minus bei den Ernteerträgen verzeichnet Schleswig-Holstein mit 31 Prozent. Es folgen Brandenburg mit 27 Prozent, Sachsen-Anhalt (26 Prozent) und Mecklenburg-Vorpommern (25 Prozent). Insgesamt haben 14 Bundesländer Schäden und Interesse an Hilfsprogrammen angemeldet. Nur Rheinland-Pfalz und das Saarland verzichten. Dort haben die Hitzewelle und der geringe Niederschlag beispielsweise den Weintrauben, die dort viel angebaut werden, eher genutzt.

Joachim Rukwied, Präsident des Deutschen Bauernverbands, sprach von einem „guten Signal für alle betroffenen Landwirte“. Der Verband hatte eine Unterstützung von einer Milliarde Euro gefordert. Rukwied mahnt an, dass die Länder nun ihre Verantwortung und ihren Anteil übernehmen müssten, um schnell und unbürokratisch Hilfsmaßnahmen umzusetzen. Der Bauernverband resümierte in seiner eigenen Bilanz und stellte eine „miserable Getreideernte“ fest. Mit 35,6 Millionen Tonnen habe die Getreidemenge in diesem Jahr 22 Prozent unterhalb der Vorjahresmarke gelegen. In manchen Regionen seien die Ernteverluste noch höher. Auch bei Kartoffeln und Zuckerrüben ist die Ernte im Vergleich zum Vorjahr rückläufig gewesen. Manche Landwirte hätten Ausfälle von 50 oder sogar 70 Prozent. Teilweise soll es sogar Totalausfälle geben.

Auch der Rheinische Landwirtschafts-Verband e. V. (RLV) äußerte sich zu den Ernteausfällen. Der RLV sei zufrieden über die Hilfe, fordert aber gleichzeitig eine Versicherung für Landwirte, die bei Schäden durch Dürre, Frost, Hagel und Winde greife. Solch eine Versicherung gibt es beispielsweise in den Niederlanden. Diese wird über einen Fonds finanziert. *(ce)*

STRUKTURDATEN FÜR DAS RHEINLAND

IHK Köln stellt Broschüre „Wirtschaftsregion Köln 2018“ vor



Die IHK Köln hat mit der Broschüre „Wirtschaftsregion Köln 2018“ die Strukturdaten für die Kreise und kreisfreien Städte im IHK-Bezirk Köln zusammengefasst. Der statistische Überblick gibt Auskunft über das unternehmerische Potenzial, die Qualifizierung der Arbeitskräfte sowie die Kaufkraft und zeigt zahlreiche weitere Statistiken in insgesamt 14 Bereichen.

Das Rheinland ist ein europäischer Hotspot, Wirtschaftsmotor und hat seine eigene Kultur. Köln ist dabei das Herzstück einer Region, die weiter wächst. Jedes Jahr kommen mehr Menschen in die Domstadt oder ziehen in die umliegenden Städte und Kreise. Insbesondere Köln bietet Hunderttausenden Menschen einen Arbeitsplatz von A wie Autobau bis Z wie Zahntechnik. Hinzu kommen Millionen Touristen und Gäste aus dem In- und Ausland. Viele Messen, Konzerte, Sportereignisse und wirtschaftliche Interessen ziehen die Menschen an.

Kernzahlen der Region

Die Leistungsdaten der Region sind recht beeindruckend. 80.492 Euro erwirtschaftet jeder Erwerbstätige in der Region Köln durchschnittlich pro Jahr. Eine Exportquote von 55,1 Prozent spricht dafür, dass die Region gut in der Welt vernetzt ist und die Produkte hohes Ansehen genießen. Die Attraktivität der Region belegen auch 9,3 Millionen Gästeübernachtungen aus dem In- und Ausland. Das finden auch viele junge Menschen, die in der Region ihre Ausbildung genießen. Rund 9.000 Ausbildungsverhältnisse trägt die IHK jährlich ein. Rund 100.000 Studierende sind an den Hochschulen der Region eingeschrieben. Von den 8,8 Millionen Menschen im Rheinland lebt rund ein Viertel (2,2 Millionen) in der IHK-Region Köln. Allein die Infrastruktur bietet ihnen viele Möglichkeiten. Innerhalb von einer Stunde Fahrtzeit erreicht man aus der Region heraus rund 16 Millionen Menschen.

Die Domstadt ist jung

Die IHK-Region Köln wächst. Das unternehmerische Potenzial ist auf einem hohen Niveau, es gibt auch viele qualifizierte Arbeitskräfte und die Kaufkraft ist hoch. So stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2017 im Vergleich zum Jahr 2016 um 2,6 Prozent auf 930.769. Doch nicht alle Menschen finden in der Domstadt und in der Region einen Job. Im IHK-Bezirk Köln waren 2017 88.755 Menschen arbeitslos gemeldet. Das entspricht einer Quote von 7,4 Prozent. Die meisten Arbeitslosen zählt Köln mit 48.227. Die Quote ist mit 8,4 Prozent am höchsten in der IHK-Region Köln. Die wenigsten Arbeitslosen und mit 5,3 Prozent die geringste Arbeitslosenquote gibt es im Oberbergischen Kreis. Hier wurden 7.792 Menschen ohne Arbeit gezählt.

Im Rheinland leben viele Menschen. Im IHK-Bezirk Köln, der die Städte Köln, Leverkusen sowie den Oberbergischen Kreis, den Rhein-Erft-Kreis und den Rheinisch-Bergischen Kreis umfasst, leben 2.261.040 Menschen. Das ist gut ein Achtel der Bevölkerung NRWs. Darüber hinaus ist die Domstadt jung. 336.420 Menschen sind in Köln zwischen 25 und 45 Jahre alt. In NRW und in der ganzen IHK-Region Köln sind die meisten Menschen zwischen 45 und 65 Jahre alt.

Köln ist ein Jobmagnet

Die Domstadt wird tagsüber noch größer. Über 270.000 Arbeits- und Berufspendler kommen an ihren Arbeitstagen in die Domstadt. Nur etwa 120.000 Menschen pendeln aus Köln raus. Die Zahl der Jobs nimmt zu. Das wirkt sich auch auf die Infrastruktur aus, die Jahr für Jahr größeren Belastungen ausgesetzt wird. So steigt beispielsweise auch das Aufkommen im öffentlichen Personennahverkehr. Das betrifft auch den Flughafen Köln/Bonn. Dort wird das Verkehrsaufkommen jährlich größer. 2017 zählte der Airport fast 12,4 Millionen Fluggäste, vier Prozent mehr als im Vorjahr. 2016 waren es noch 11,9 Millionen Fluggäste. Auch bei der Fracht in Tonnen wuchs der Wert um 6,6 Prozent auf 838.521 Tonnen.

Hohe Kaufkraft in der Region

Darüber hinaus scheint es den Menschen in der IHK-Region finanziell recht gut zu gehen. Das zeigt die hohe Kaufkraft in den verschiedenen Verwaltungsbezirken. Hier sticht vor allem der Rheinisch-Bergische Kreis hervor. Die hohe Kaufkraft der Region und die vielen Touristen lassen ihr Geld insbesondere bei den Einzelhändlern in

Fläche und Bevölkerung

Verwaltungsbezirk	Fläche		Bevölkerung		
	km²	Anteil in %	absolut	Anteil in %	Einwohner je km²
Köln	405,02	15,9	1.075.935	47,6	2.656,50
Leverkusen	78,87	3,1	163.113	7,2	2.068,12
Oberbergischer Kreis	918,85	36,1	273.139	12,1	297,26
Rhein-Erft-Kreis	704,71	27,7	465.549	20,6	660,62
Rheinisch-Bergischer Kreis	437,32	17,2	283.304	12,5	647,82
Bezirk der IHK Köln	**2.544,77**	**100,0**	**2.261.040**	**100,0**	**888,50**
NRW	34.112,74		17.890.100		524,44

Quelle: Information und Technik NRW (IT.NRW). Stand: 31.12.2016

Arbeitsmarkt*

Verwaltungsbezirk	Arbeitslose	Quote**
Köln	48.227	8,4
Leverkusen	6.995	8,2
Oberbergischer Kreis	7.792	5,3
Rhein-Erft-Kreis	16.890	6,7
Rheinisch-Bergischer Kreis	8.850	6,0
Bezirk der IHK Köln	**88.755**	**7,4**
NRW	701.219	7,4

*Jahresdurchschnittswerte **Arbeitslosenquote bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen. Quelle: Bundesagentur für Arbeit. Stand: 2017.

Gewerbeanmeldungen und Insolvenzen im Bezirk der IHK Köln

	2017	2016	Veränderung in %
Gewerbeanmeldungen	21.289	21.263	0,1
davon Neuerrichtungen	17.956	17.734	1,3
Gewerbeabmeldungen	18.389	19.944	-7,8
Unternehmersinsolvenzen	758	907	-16,4
Verbraucherinsolvenzen	2.257	2.472	-8,7

Quelle: Information und technik NRW (IT.NRW). Stand: 2017.

Kaufkraft und Einzelhandelsumsatz

Verwaltungsbezirk	Kaufkraft 2018		Einzelhandelsumsatz 2018	
	Mio. Euro	Index (D=100)	Mio. Euro	Index (D=100)
Köln	27.005,50	106,0	8.094,69	121,1
Leverkusen	3.883,66	101,6	1.096,48	109,4
Rhein-Erft-Kreis	11.448,59	104,9	2.706,30	94,5
Oberbergischer Kreis	6.217,94	97,8	1.522,47	91,3
Rheinisch-Bergischer Kreis	7.691,22	116,2	1.682,92	96,9
Bezirk der IHK Köln	**56.246,92**	**105,8**	**15.102,85**	**108,2**
NRW	414.663,34	99,1	110.807,71	100,9
BRD	1.932.500,00	100,0	506.962,95	100,0

Quelle: ©Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2018. Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung einer Region. Beim Einzelhandelsumsatz (Umsatzkennziffer) werden die Einkäufe am Einkaufsort der Konsumenten erfasst. siehe auch: www.ihk-koeln.de/001241

Auslandsumsatz*

Verwaltungsbezirk	Auslandsumsatz (in Mio. Euro)	Exportquote
Köln	17.109	60,9
Leverkusen	4.958	71,0
Oberbergischer Kreis	3.322	46,9
Rhein-Erft-Kreis	4.039	36,5
Rheinisch-Bergischer Kreis	1.100	50,3
Bezirk der IHK Köln	**30.528**	**55,1**
NRW	148.688	46,3

* ohne Baugewerbe, Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten im produzierenden Gewerbe. Quelle: Information und Technik NRW (IT.NRW). Stand: 2017.

der Domstadt. 8,1 Milliarden Euro wird der Einzelhandel in Köln 2018 umsetzen. Die Geschäfte im IHK-Bezirk laufen rund. Die Zahl der Gewerbeanmeldungen bleibt 2017 mit rund 21.300 zwar konstant und gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert. Einen deutlichen Rückgang gab es aber bei den Gewerbeabmeldungen (–7,8 Prozent), Unternehmerinsolvenzen (–16,4 Prozent) und Verbraucherinsolvenzen (–8,7 Prozent). Ein Großteil der Unternehmen aus der Region bietet Dienstleistungen an. Das zeigt die Branchenstruktur. 55 Prozent der Unternehmen mit IHK-Zugehörigkeit befassen sich mit allgemeinen Dienstleistungen. 16 Prozent sind im Einzelhandel tätig. Jeweils fünf Prozent entfallen auf das verarbeitende Gewerbe und das Hotel- und Gaststättengewerbe.

Exporte in Höhe von mehr als 30 Milliarden Euro

Bei so vielen Arbeitnehmern und Unternehmen in der IHK-Region Köln wird auch vieles erstellt, was nicht in der Region direkt konsumiert wird, sondern ins Ausland geht – und das ist eine Menge. Voran geht hier Leverkusen mit einer Exportquote beim Auslandsumsatz von 71 Prozent. Auch Kölns Exportquote ist mit einem Wert von 60,9 Prozent sehr hoch. Aus dem Rhein-Erft-Kreis werden nicht so viele Waren und Güter exportiert. Hier liegt die Exportquote bei 36,5 Prozent Die Exportquote im IHK-Bezirk Köln liegt bei 55,1 Prozent Waren in Höhe von über 30 Milliarden Euro wurden 2017 ins Ausland exportiert.

Tourismusmagnet Köln

Gleichzeitig ist die Zahl der Menschen, die aus dem Ausland nach Köln und in die Region kommen, sehr hoch. 50.995 Gästebetten bieten die Hotels in der Region an. Fast 9,3 Millionen Übernachtungen wurden 2017 gezählt. 2,65 Millionen davon entfallen auf Menschen aus dem Ausland. In Köln wurde insgesamt 6,24 Millionen Mal übernachtet, der Rhein-Erft-Kreis zählte 1,38 Millionen Übernachtungen. Die Region ist beliebt bei Gästen aus dem In- und Ausland. Die IHK-Region Köln besuchten 2017 insgesamt 4,73 Millionen Menschen. 3,59 Millionen davon reisten in die Domstadt. Viele von ihnen besuchen Messen. 2018 erwartet die Koelnmesse 2,3 Millionen Besucher aus dem In- und Ausland.

Der statistische Überblick der IHK Köln hält noch viele weitere Informationen bereit. Wie groß ist die Fläche von Köln? Wie viele Menschen leben im Oberbergischen Kreis? Wie steht es um die Kaufkraft in Leverkusen? Und wie alt sind die Menschen im Rhein-Erft-Kreis? Auf diese und weitere Fragen gibt die Broschüre „Wirtschaftsregion Köln 2018“ eine Antwort. Jährlich stellt die IHK Köln diesen statistischen Überblick über die Wirtschaftsregion Köln zusammen. Dieser kann online unter www.ihk-koeln.de/1242 kostenlos eingesehen und downgeloadet werden.

Christian Esser

Quelle: IHK Köln, Wirtschaftsregion Köln 2018

LOHNENSWERT INVESTIERT

Stadt Köln profitiert gesellschaftlich und finanziell vom LVR

Städte und Kreise profitieren von den LVR-Stellen im Rheinland.

Fotos: Heike Fischer/LVR

Der Landschaftsverband Rheinland hat der Stadt Köln im vergangenen Jahr einen großen Gewinn beschert. Im Haushaltsjahr 2017 hatte die Stadt eine Umlage von 307,6 Millionen Euro an den LVR gezahlt. Leistungen in Höhe von 564,4 Millionen Euro flossen an die Stadt zurück. Davon kamen 279,6 Millionen Euro aus Eigenmitteln des LVR und weitere 284,8 Millionen Euro aus Bundes- und Landesmitteln sowie aus der Ausgleichsabgabe.

Der LVR hatte im Vergleich zu 2016 die Stadt Köln mit einer Senkung der Landschaftsumlage für das Jahr 2017 entlastet. Der Umlagesatz war um 0,75 Punkte auf 15,4 Prozent abgesenkt worden. Die Stadt sparte so rund 15 Millionen Euro. Im Jahr 2018 folgt eine weitere Entlastung. In diesem Jahr beträgt die Umlage nur noch 14,7 Prozent.

LVR schafft in der Region Tausende Arbeitsplätze

Doch nicht nur finanziell bringt der LVR die Region weiter. Der LVR spielt auch als Arbeitgeber und Standortfaktor eine wichtige Rolle. In den fünf LVR-Förderschulen, der LVR-Klinik Köln, den rheinischen Versorgungskassen, der LVR-Zentralverwaltung und bei der LVR-InfoKom sind insgesamt mehr als 5.050 Mitarbeiter beschäftigt, davon 4.706 direkt beim LVR. In den LVR-Förderschulen in Köln werden insgesamt rund 900 Kinder und Jugendliche unterrichtet und pädagogisch betreut. In der Frühförderung und im Gemeinsamen Lernen werden weitere 762 Kinder in LVR-Einrichtungen betreut.

LVR tut viel für Menschen mit Behinderungen

Fast 294 Millionen Euro kommen der LVR-Leistungsübersicht 2017 zufolge Menschen mit Behinderungen in Köln zugute, beispielsweise mit Sozialhilfeleistungen. Die Menschen erhalten Wohnhilfen, Werkstattbeschäftigung und andere Leistungen, die vom LVR übernommen werden. Hinzu kommen Leistungen für die Förderschulen, die Kriegsopferfürsorge und die Hilfe für schwerbehinderte Menschen im Beruf sowie das Blinden- und Gehörlosengeld. Der LVR Köln förderte mit 496.000 Euro außerdem Aktivitäten der Kulturpflege.

Städte und Kreise erhalten fast doppelt so viel zurück

Köln ist dabei nicht die einzige Stadt, für die sich das finanzielle Engagement beim LVR rentiert. Das zeigen die Leistungsübersichten für die Kreise und Städte, die online über die LVR-Website einsehbar sind. So erhält der Rheinisch-Bergische Kreis ebenfalls mehr Geld aus dem LVR zurück, als er dort einzahlt. 2017 hatte der Kreis eine Umlage von 59,6 Millionen Euro an den LVR gezahlt. Im selben Zeitraum erhielt der Kreis 125,9 Millionen Euro zurück. Das gilt auch für die Stadt Leverkusen. Diese hatte 2017 eine Umlage in Höhe von 39,6 Millionen Euro an den LVR gezahlt und 76,6 Millionen Euro zurückerhalten. Der Stadt kam außerdem eine Senkung der Umlage zugute. So konnte Leverkusen weitere 1,9 Millionen Euro einsparen. Der Rhein-Erft-Kreis zahlte 2017 eine Landschaftsumlage von 103,1 Millionen Euro und erhielt vom LVR aus Eigen- sowie Bundes- und Landesmitteln 201,9 Millionen Euro zurück. Der Kreis Euskirchen zahlte 2017 eine Umlage von 39,8 Millionen Euro. Als Aufwendungen flossen in den Kreis Euskirchen 95,7 Millionen Euro zurück. Der Rhein-Sieg-Kreis zahlte eine Landschaftsumlage von 124,4 Millionen Euro an den LVR. Dieser zahlte Aufwendungen in Höhe von 243,4 Millionen Euro zurück. Der Oberbergische Kreis zahlte 2017 59,2 Millionen Euro an Umlage und erhielt 129,7 Millionen Euro zurück.

2018 werden Kommunen weiter entlastet

Im Jahr 2017 wurden die rheinischen Städte und Kreise um rund 120 Millionen Euro entlastet. Bei der Landschaftsversammlung des LVR beschlossen die Teilnehmer eine weitere Senkung der Landschaftsumlage für das Jahr 2018. Damit sollen die Städte und Kommunen noch stärker entlastet werden. Durch die Umlagesenkung können die Kreise und Städte 2018 insgesamt 264 Millionen Euro einsparen.

Christian Esser

Im LVR-Landeshaus in Köln Deutz sitzt die LVR-Zentralverwaltung.

ZWISCHEN „GUT" UND „BEFRIEDIGEND"

IHK-Studie stellt Domstadt ein solides Zeugnis aus

Die Industrie- und Handelskammer Köln hat eine Umfrage unter Unternehmen des Mittelstands erhoben. Die Unternehmer wurden gebeten, ihrem Standort Schulnoten zuzuteilen. Köln ist mit einem Durchschnitt von 2,5 Spitzenreiter.

Die Unternehmer stellen den Städten und Kreisen im IHK-Bezirk Köln ein gutes Zeugnis aus. Insgesamt 585 Unternehmen mit jeweils weniger als 250 Beschäftigten haben ihre Meinung abgegeben, die die IHK ausgewertet hat. Insgesamt bewerteten die Unternehmer die Region mit einer Note von 2,6. Damit hat sich der Notenschnitt der Region im Vergleich zum Vorjahr um einen Zehntelpunkt verbessert. 2017 wurde die Region mit 2,7 bewertet. In diesem Jahr hat Köln mit 2,5 den besten Notendurchschnitt. Leverkusen bekam mit 3,0 ein klares „befriedigend", liegt damit im IHK-Bezirk aber ganz hinten. Nach Köln hat der Rhein-Erft-Kreis die nächstbeste Benotung mit 2,6 erhalten. Dahinter folgt der Oberbergische Kreis mit einem Schnitt von 2,7. Der Rheinisch-Bergische Kreis wurde mit 2,8 benotet.

Bei acht Themenfeldern „passiert einfach zu wenig"

Die befragten Unternehmen der Region bewerteten die Nähe zu Absatzmärkten, Zulieferern, Hochschulen, Forschungseinrichtungen und die regionale und überregionale Erreichbarkeit der Region positiv. Die Befragten bewerteten auch die Schul- und Weiterbildungsmöglichkeiten im IHK-Bezirk positiv sowie die Attraktivität für Arbeitskräfte von außerhalb. Die Studie zeigt aber auch, dass die Befragten bei den Bereichen Zustand der kommunalen Straßen, Parkmöglichkeiten am Unternehmen, Telekommunikations-Infrastruktur (Breitband), Energiekosten, Miet- und Pachtkosten und Höhe der Gewerbesteuer für Mittelständler Handlungsbedarf sehen. „Die neue Standortanalyse zeigt, dass einige der drängendsten Probleme für die kleineren und mittleren Unternehmen der Region dieselben sind wie seit Jahren. Ob bei der Verkehrs- oder der digitalen Infrastruktur: Hier passiert einfach zu wenig", betonte Dr. Ulrich S. Soénius, stellvertretender Hauptgeschäftsführer und Geschäftsbereichsleiter Standortpolitik der IHK Köln. *(ce)*

Einfach besonders, weil Tradition auf Zukunft trifft!

Das ist die neue Volksbank Köln Bonn.

Wir machen den Weg frei.

Andreas Schmitz und **Philipp Kominek,** Unternehmer

Die Volksbank Köln Bonn hat die Zukunft fest im Blick – immer mit dem Ziel, starker Partner für Menschen, Unternehmen und Region zu sein. Auch Andreas Schmitz und Philipp Kominek, Gründer von COPTR und Kunden der Volksbank, möchten das Leben besser machen. Sie haben ein innovatives System entwickelt, das zuverlässig vor Wettergefahren warnt. **Gemeinsam sind wir die neue Volksbank Köln Bonn.**

www.volksbank-koeln-bonn.de

Volksbank Köln Bonn eG
Einfach besonders

VOM SPORTPROMOTER ZUM BIO-LANDWIRT

Der ehemalige Marketingexperte Hartmut Zastrow handelt jetzt mit Olivenöl

Foto: Alcornea

Hartmut Zastrow war bis 2012 ein viel zitierter Mann in den Sportmedien weltweit. Ob Fußball, Handball, Formel 1 oder Leichtathletik – der Gründer von Sport + Markt in Köln wusste, wie man die Ränge großer Stadien füllt und Sponsoren mit Marktanalysen überzeugt. Damit hat der 56-Jährige heute nichts mehr zu tun. Er ist jetzt Bio-Landwirt in Spanien und kümmert sich mit Hingabe um seine Merinoschafe. Die Tiere unterstützen ihn bei der Produktion von feinstem Olivenöl aus der Extremadura.

Nach dem Ausscheiden bei Sport + Markt gönnte sich der Sportmanager eine schöpferische Pause. Kapital gab es genug, denn die Firma war von 1987 bis 2012 von zwei auf 1.400 Mitarbeiter in 17 Ländern angewachsen. Durch Anteilsverkäufe und Fusionen war der kumulierte Umsatz auf rund 80 Millionen Dollar geklettert. „Nach 25 Jahren in der Sponsoring-Forschung sind wir, die Gründer, Weihnachten 2012 ausgestiegen. Es war ein guter Zeitpunkt, auch wenn mir der Abschied von den lieb gewonnenen Kollegen sehr schwerfiel“, erinnert sich Hartmut Zastrow. „Ich brauchte einfach Erholung, habe viel Golf gespielt und meinen Bootsführerschein gemacht. Endlich hatte ich Zeit für meine beiden Kinder. Ich habe ihnen bei den Schularbeiten geholfen und danach ging es raus zum Volleyballspielen. Ich gebe zu: Es gab einiges nachzuholen!“

Neuanfang im Niemandsland

Irgendwann kam für Hartmut Zastrow der Tag X. Dem Existenzgründer juckte es wieder in den Fingern. „Mir fehlte was“, beschreibt der Vollblutunternehmer. „Ich brauchte wieder eine Aufgabe!“ Der Wunsch war kaum zu Ende gedacht, da entdeckte Hartmut Zastrow die Chance für einen Neuanfang nahe der Grenze zu Portugal. „Der Vater meiner Frau stammt aus der Extremadura, etwa 400 Kilometer von Madrid entfernt. Wir haben ihn oft besucht und Ferien dort verbracht. Ich fühlte mich wie im Paradies. Die Landschaft ist einzigartig. Hier kreisen die Adler und Geier wie in einem Wildwestfilm“, schwärmt Hartmut Zastrow. „Eine Finca stand zum Verkauf an und rundherum warteten 8.000 Olivenbäume darauf, bewirtschaftet zu werden.“ Einen Geschäftspartner hatte der Unternehmer in Person seines Studienfreundes und Mitbegründers von Sport + Markt, Torsten Zoega, schnell gefunden. So ging es Anfang 2017 an die Arbeit. Die langjährigen Kompagnons Zastrow und Zoega waren wieder vereint und gründeten mitten im Niemandsland die Marke „Gold der Extremadura“. Während sich Hartmut Zastrow zum Öl-Sommelier ausbilden ließ, startete Torsten Zoega mit dem Aufbau einer Vertriebsstruktur. Parallel entwickelten sie ein Modernisierungskonzept für den fast 200 Jahre alten Agrarbetrieb.

Einmal Unternehmer, immer Unternehmer

Das Geschäft mit dem Olivenöl aus der Extremadura ist angelaufen. „Die ersten 4.000 Liter Öl sind bereits verkauft“, freut sich Hartmut Zastrow. Vieles ist jetzt wieder wie früher. „Es fühlt sich an wie bei einer Meisterschaft im Sport: Natürlich wollen wir gewinnen!“, lacht Hartmut Zastrow. Der Wettbewerb um den Pokal für das bekannteste und leckerste Olivenöl der Welt hat den geschäftstüchtigen Unternehmer wieder zum Vielflieger gemacht, derzeit zwischen Spanien und Deutschland. „Ich bin rund die Hälfte des Jahres in Deutschland, die meiste Zeit in Köln, denn dort habe ich viele Freunde und auch der rheinische Kundenkreis wächst stetig an“, sagt der gebürtige Kieler, der als Netzwerkexperte längst auch viele Abnehmer aus seiner norddeutschen Heimat akquiriert hat. Zudem wird das zertifizierte Bio-Olivenöl aus der Extremadura auch in Berlin und Leipzig geschätzt, besonders wegen seines frischen Geschmacks. „Wir füllen erst auf Bestellung ab“, sagt Hartmut Zastrow. „Das Öl ist also nicht älter als zwei bis drei Wochen, wenn es beim Kunden ankommt.

Große Pläne

Für die Olivenregion der Extremadura haben Hartmut Zastrow und Torsten Zoega noch große Pläne. Als Nächstes wollen sie eine eigene Ölmühle anschaffen, denn derzeit müssen sie noch 100 Kilometer zu einem anderen Olivenbauern fahren, um die Früchte pressen zu lassen. „Im Jahr sind das 50.000 bis 200.000 Kilo, je nach Ernte“, weiß Hartmut Zastrow. „Am Ende bleiben davon knapp 20 Prozent feines Olivenöl übrig.“ Die jungen Bio-Landwirte treibt außerdem eine Vision an. „Auf unserem Gelände stehen noch über 30 Ruinen, ehemalige Ställe und Schäferherbergen. Wenn wir davon einige renovieren, könnte hier ein Öko-Resort entstehen, wo Menschen ihren Entschleunigungsurlaub verbringen und im Rahmen einer Oliven-Safari ihr eigenes Öl pressen.“

Astrid Waligura

www.gold-der-extremadura.com

Audi in Köln – für Köln.

Erleben Sie den neuen Audi Q8 mit Next Level Luxury.

Gewerbeleasing Angebot nur für Audi Businesskunden[1]:
z.B. Audi Q8 50 TDI quattro, 8-stufig tiptronic*

*** Kraftstoffverbrauch l/100 km: innerorts 7,0; außerorts 6,4; kombiniert 6,6; CO_2-Emissionen kombiniert: 172 g/km; Effizienzklasse: B.**

Tiefschwarz, Aluminium-Schmiedeleichträder 19“, Audi connect Navigation & Infotainment, Audi sound system, Audi virtual cockpit, Bluetooth-Schnittstelle, Einparkhilfe plus, Gepäckraumklappe elek. öffnend + schließend, Geschwindigkeitsregelanlage, Komfortklimaautomatik, LED-Scheinwerfer, MMI Navigation plus Sitzheizung, Vordersitze elek. einstellbar, Anschlussgarantie 1 Jahr max. 30.000 km[2] u.v.m.

Leistung:	210 kW (286 PS)
Sonderzahlung:	€ 0,-
Jährl. Fahrleistung:	10.000 km
Vertragslaufzeit:	36 Monate
Monatliche Leasingrate	€ 599,-

Monatliche Leasingrate [1]:

€ 599,-

Alle Werte zzgl. MwSt.

Ein Angebot der Audi Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig. Bonität vorausgesetzt. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.audi.de. Überführungskosten (655,46 € netto) und Zulassungskosten werden separat gerechnet.

Abgebildete Sonderausstattungen sind im Angebot nicht unbedingt berücksichtigt. Es gelten die Merkmale des deutschen Marktes.

[1] Das Angebot gilt nur so lange der Vorrat reicht und nur für Kunden, die zum Zeitpunkt der Bestellung als Gewerbetreibender (ohne gültigen Konzern-Großkundenvertrag bzw. die in keinem gültigen Großkundenvertrag bestellberechtigt sind), selbstständiger Freiberufler, selbstständiger Land- und Forstwirt oder Genossenschaft aktiv sind. Angebot gültig bis 30.09.2018.
[2] Nähere Informationen zur Anschlussgarantie unter https://www.audi.de/de/brand/de/kundenbereich/garantie.html.

Jetzt den neuen Audi Q8 Probe fahren und Luxus neu erleben.

FLEISCHHAUER
Unternehmensgruppe

Audi Zentrum Köln-Mitte

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

Audi Zentrum Köln

Autohaus Jacob Fleischhauer
GmbH & Co. KG
Bonner Straße 328, 50968 Köln
Tel.: 02 21 / 37 68 3 -199,
henrik.launhardt@fleischhauer.com
www.audi-zentrum-koeln.audi

Audi in Köln-Porz

Autohaus Jacob Fleischhauer
GmbH & Co. KG
Frankfurter Straße 665–675, 51145 Köln-Porz
Tel.: 0 22 03 / 37 07-32,
christian.herrmann@fleischhauer.com
www.fleischhauer-koeln.audi

KD – DAS KÜRZEL FÜR DIE WEISSE FLOTTE

Die Köln-Düsseldorfer ist weit mehr als ein Personenbeförderer

Foto: KD Deutsche Rheinschiffahrt AG

Die „MS RheinFantasie“, Baujahr 2011.

Seit fast 200 Jahren kreuzt die weiße Flotte der Köln-Düsseldorfer Deutsche Rheinschiffahrt AG die Flüsse Rhein, Main und Mosel. Neben einem regelmäßigen Linienverkehr führt das Unternehmen an Bord seiner Schiffe auch zahlreiche Events durch.

Die Anfänge gehen zurück auf das Jahr 1826, als in Köln die Preußisch-Rheinische Dampfschiffahrt-Gesellschaft gegründet wurde. Das erste Schiff war die „Concordia“, ein hölzerner Raddampfer für den kombinierten Personen- und Güterverkehr, der die Route von Köln nach Mainz bediente.

Zehn Jahre später sorgte die Gründung der „Dampfschiffahrts-Gesellschaft für den Nieder- und Mittel-Rhein“ mit Hauptsitz in Düsseldorf für einen harten Konkurrenzkampf. Ob dies der Ausgangspunkt für die immer wieder hochstilisierte Rivalität beider Städte ist – man kann es nur vermuten.

Dem Wettstreit der Flotten folgt die Verschmelzung

Aber der Wettstreit der Flotten dauerte gerade einmal 17 Jahre. Die beiden Gesellschaften in Köln und Düsseldorf schließen sich zur Betriebsgemeinschaft „Rheindampfschiffahrt, Kölnische und Düsseldorfer Gesellschaft“ zusammen – in der Öffentlichkeit als Köln-Düsseldorfer, kurz KD, bekannt.

Im Jahre 1913 fahren 32 Schiffe über die beliebten Flüsse, zwei Millionen Passagiere im Jahr vor dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs sind eine deutliche Marke. Im selben Jahr wurde auch das Schaufelradschiff „Goethe“ vom Stapel gelassen. Die „Goethe“ fährt auch heute noch täglich auf der sogenannten KD Nostalgie-Route am romantischen Mittelrhein zwischen Koblenz und Rüdesheim. Das in Köln gebaute Schiff ist das älteste noch in Dienst befindliche Boot der Köln-Düsseldorfer. Es wurde Mitte der 90er-Jahre des vergangenen Jahrhunderts originalgetreu restauriert.

1927 nehmen die ersten dieselbetriebenen Schiffe Fahrt auf, und zwei Jahre später wird mit der „Mainz“ der letzte Schaufelraddampfer der KD gebaut Der Zweite Weltkrieg dezimiert die Flotte fast komplett. Die Schiffe sind bis auf eine Ausnahme alle funktionsuntüchtig oder versenkt.

Volle Fahrt voraus zu neuen Erfolgen

Am 19. Mai 1946 wird der Ausflugsverkehr mit zwei Schiffen zwischen Köln und dem Siebengebirge wieder aufgenommen. Die Flotte wächst beständig – entweder werden die im Krieg beschädigten Schiffe wieder instand gesetzt oder es kommen neue, moderne Boote dazu. So findet die Köln-Düsseldorfer schnell wieder in die Spur. 1951 verzeichnet das Schifffahrtsunternehmen wieder mehr als zwei Millionen Passagiere. So wie die KD auf eine traditionsreiche Vergangenheit zurückblicken kann, so schaut das Unternehmen auch nach vorn. Am 17. Juni 2004 tauft die KD mit der „MS RheinEnergie“ den größten Event-Katamaran Europas. 2011 wird ein Multifunktionsschiff, die „MS RheinFantasie“, in Köln ihrem Dienst übergeben.

Mit den Schiffen der KD fährt man nicht mehr einfach nur von A nach B. Vielmehr wird ein Event inszeniert. Partyfahrten, Konzerte, Comedy-Veranstaltungen, Lesungen, aber auch Dinnerfahrten mit Sterneköchen schätzen die Fahrgäste. Von Köln aus startet die Wellentour, Stunk Unplugged, NightWash Live, und der Jugendchor St. Stephan kommt an Bord, um ein Programm von hoher Qualität abzuliefern.

Der Klassiker: von Köln nach Königswinter

Im Oktober 2016 übernimmt die KD River Invest GmbH die Aktienmehrheit an der KD AG. 2017 befördert die Köln-Düsseldorfer 1,5 Millionen Fahrgäste. Die beliebteste Schiffstour ist die Fahrt von Köln ins Siebengebirge nach Königswinter. An Land ist der Besuch des Drachenfels – entweder zu Fuß oder mit der Bahn – seit Jahrzehnten der Ausflugsklassiker. Alternativ ist mit dem Sea Life in Königswinter eine tolle Attraktion hinzugekommen.

In Düsseldorf wurde in diesem Jahr die ehemalige „MS Warsteiner“ einer technischen wie ästhetischen Rundumerneuerung unterzogen. Seit Saisonstart fährt das Schiff unter dem neuen Namen „MS RheinPoesie“ und ist dank des stilvollen und stylishen Ambientes zu einem echten Hingucker am Düsseldorfer Burgplatz geworden. Einmal im Monat, und zwar von Mai bis September, cruist das Schiff auf Tagesfahrten von Düsseldorf nach Köln. Also kann es mit der Rivalität der beiden Rheinstädte doch nicht so weit her sein.

Heribert Eiden

FAN-APP FÜR AR UND VR

Zweite Bundesliga? Bei Apps ist der 1. FC Köln Deutscher Meister

Foto: 1. FC Köln

Längst bekennen Fußballfans ihre Zuneigung nicht nur im Stadion oder in der Freizeit mit Fanschal, auch auf dem Handy ist der Lieblingsclub per App immer dabei. Die Bundesligisten haben längst ihre eigenen Apps mit Spielberichten, Push-Meldungen und Live-Tickern. Doch der 1. FC Köln geht mit der neuen App „EFFZEH 360“ noch einen Schritt weiter.

Auch wenn der Abstieg in die 2. Bundesliga wehgetan hat. In Sachen Digitalisierung und App-Programmierung kann sich der FC nun sogar mit der europäischen Spitzenklasse messen. Die App des 1. FC Köln soll das Team dem Fan noch näherbringen. Die neue App ist gegenüber den digitalen Technologien Virtual und Augmented Reality aufgewertet und ergänzt die bereits bestehende und tausendfach downgeloadete FC-App. Über diese erhalten Fans News aus dem Geißbockheim, die FC-Spiele im Live-Modus, FC-TV und Mitglieder das GeißbockEcho auf ihre Endgeräte. Auch in dieser App gibt es VR-Elemente.

VR- und AR-Erlebnisse in der „EFFZEH 360“-App

Der 1. FC Köln geht als erster deutscher Profi-Club ganz neue Wege bei der Information, Unterhaltung und Kommunikation mit seinen Fans. Der bietet dem Fan die Welten der Virtual und Augmented Reality. Die FC-Fans können ab sofort im virtuellen Museum die Highlights der bisherigen Vereinshistorie verfolgen. Wer einen Blick auf Meisterschalen und DFB-Pokale werfen möchte, kann dies nun jederzeit machen. Die Mannschaftsaufstellung für das nächste Spiel können sich die User über den Smartphone-Bildschirm in die echte Welt projizieren – die FC-Profis sind für den Fan greifbarer. Nach und nach sollen der App noch weitere Features hinzugefügt werden, beispielsweise 360-Grad-Videos.

1. FC digitaler Vorreiter im deutschen Profifußball

„Wir richten unsere Angebote für Fans an ihren Vorlieben und dem Nutzerverhalten aus. Neue Technologien wie Augmented Reality bieten unseren Fans hervorragende Möglichkeiten, noch näher am Geschehen zu sein. Wir wollen diese Möglichkeiten frühzeitig nutzen“, sagt FC-Geschäftsführer Alexander Wehrle. „Anders als Virtual Reality, die meist erst mit einer entsprechenden Brille richtig Spaß macht, können FC-Fans Augmented Reality ohne Zusatzgeräte nutzen – sie brauchen dafür nur ihr Smartphone. Wir sehen in der Technologie ein großes Potenzial, um unseren Fans auf verschiedene Art das Erlebnis FC näherzubringen“, sagt Jonathan Müller, Teamleiter Club Media beim FC. In Sachen Digitalisierung hat sich der FC bereits in der Vergangenheit immer wieder als Vorreiter im deutschen Profisport-Bereich hervorgetan. Erst Anfang 2017 hatte der Club ein großes VR-Projekt initiiert. Den Fans wurden zum 70. Vereinsgeburtstag schon damals glorreiche Momente der Vereinshistorie via Virtual Reality angeboten. Entwickelt wurde die „EFFZEH 360“-App gemeinsam mit SnapNext aus Hürth. Die App gibt es in den jeweiligen App-Stores für Android und iOS zum Download. *(ce)*

HISTORISCHES ARCHIV TROTZT REKORDHITZE MIT „BRISE SOLEIL“

Mit einem speziellen Klimakonzept soll das Archivgut vor Temperaturschwankungen geschützt werden

Foto: Waechter + Waechter

Außenansicht nach Fertigstellung des Archivneubaus am Eifelwall.

Der Neubau des Historischen Archivs und des Rheinischen Bildarchivs soll als Schutz vor Rekordtemperaturen unter anderem eine „Brise soleil“ erhalten und damit den energetischen Nutzen mit höchsten gestalterischen Ansprüchen vereinen.

Die Rekordtemperaturen in diesem Sommer stellen nicht nur Mensch und Natur vor teilweise große Probleme. Auch empfindliche Archivalien und Fotografien „leiden“ unter diesen Umweltbedingungen. Im Neubau des Historischen Archivs, welches derzeit am Eifelwall entsteht, soll dieses Problem erst gar nicht auftreten. Damit dort sowohl für die zukünftig gelagerten Materialien als auch Besucher und Mitarbeiter optimale Temperaturen herrschen, werden spezielle Maßnahmen ergriffen. Einerseits soll eine Klimatechnik unterschiedliche Klimazonen erzeugen und somit angenehme Temperaturen schaffen und andererseits soll eine besondere Fassade für Schatten sorgen. Die genaue Funktionsweise erklärte am Freitag, den 17.08.2018, Architekt Prof. Felix Waechter vor dem Archivneubau am Eifelwall.

Für weitere Fragen bzw. Antworten standen zudem Markus Greitemann, Dezernent für Stadtentwicklung, Planen und Bauen und erster Betriebsleiter der Gebäudewirtschaft der Stadt Köln, sowie Petra Rinnenburger, geschäftsführende technische Betriebsleiterin der Gebäudewirtschaft der Stadt Köln, zur Verfügung.

Angenehmes Raumklima durch perfektes Wechselspiel von Licht und Schatten

Die äußere Fassade des Archivneubaus, der sogenannte Mantelbau, wird mit feingliedrigen feststehenden Lamellen versehen, die eine „Brise soleil“ bilden sollen. Diese werden so justiert, dass der Raum, der sich hinter den Fenstern befindet, im Sommer bei hochstehender Sonne beschattet und so die Temperatur möglichst niedrig gehalten wird. Im Winter gewährleistet die „Brise soleil“, dass die dann tiefstehende Sonne in den Raum gelangt und so für maximalen Lichteinfall sorgt. Allerdings haben die tiefen, außen an der Fassade angebrachten Lamellen nicht nur eine technische Funktion. Durch ihr ständig wechselndes Licht- und Schattenspiel auf der Fassade sollen sie Offenheit und Transparenz symbolisieren. Im Entwurf des Architekturbüros „Waechter + Waechter Architekten“ bilden sie daher ein wesentliches Gestaltungsmerkmal des Hauses.

Zudem soll die gesamte Gebäudehülle durch die changierende Farbigkeit von Baubronze (eine Legierung aus Kupfer, Zink, Mangan, Blei oder Eisen) „eine lebendige und mit schöner Patina alternde Anmutung“ erzielen, erklärte Waechter. Die Fassade erscheine somit, je nach Blickwinkel, offen und geschlossen zugleich. „Sie verkörpert so nach außen den Anspruch und das Selbstverständnis des Stadtarchivs als Speicher und Schatzhaus der Geschichte sowie zugleich als einladender, anziehender Mittelpunkt der Geschichtsvermittlung und des -austauschs“, führte Waechter weiterhin aus.

Energieeinsparung durch eine „Brise soleil“

Ist ein Gebäude möglichst effektiv vor Sonneneinstrahlung geschützt, wird weniger Energie zur Kühlung der Innenräume benötigt. Andererseits wird weniger Kunstlicht und damit weniger Energie benötigt, wenn gewährleistet ist, dass so viel Licht wie möglich einfällt.

Diese Grundregeln berücksichtigt das Klimakonzept des Archivneubaus und die Fassadenkonstruktion soll damit wesentlich zur Erfüllung der hohen energetischen und konservatorischen Anforderungen beitragen. Die weitgehend natürliche Verschattung durch die Lamellen verhindert im Sommer die direkte Sonneneinstrahlung, während im Winter die tiefstehende Sonne bzw. das Tageslicht ins Haus fallen kann. An der Süd- und Westseite der Fassade werden zudem noch außen liegende,

senkrecht geführte Textilrollos, sogenannte Screens, angebracht. Die komplette Fassadenkonstruktion soll somit das Raumklima angenehm halten und zudem den technischen Aufwand reduzieren. Die „Brise soleil“ diene daher dazu, Energie einzusparen und im besten Sinne nachhaltig und wirtschaftlich zu sein.

Das Klimakonzept in seiner Gesamtheit soll zwei Anforderungen gerecht werden. Einmal der des „geschlossenen“ Bereichs, welcher zur Aufbewahrung von Archivalien, Fotografien und Büchern dient, und dazu dem Bereich der „offenen“ Flächen, sprich Ausstellungsräume, Büros, Werkstätten etc. Zum Klimakonzept gehören außerdem eine Klimaanlage, die das Gebäude in neun Klimazonen je nach Zweck unterteilt, eine Wärmepumpenanlage, eine Fotovoltaikanlage, eine neu gebaute Brunnenanlage sowie ein Eisspeicher auf dem Grundstück des Archivs.

Das Gebäude am Eifelwall, das von der Stadt Köln errichtet wird und in das sowohl das Historische Archiv der Stadt als auch das Rheinische Bildarchiv einziehen, wird nach Fertigstellung das modernste kommunale Archiv Europas sein. Verantwortlich für die Planung ist das Architekturbüro „Waechter + Waechter Architekten“ aus Darmstadt. Nach dessen Plänen wird eine dreigeschossige Mantelbebauung errichtet. In der Mitte wird sich das sogenannte Schatzhaus befinden, das die Archivalien und Fotografien in Magazinen schützt. Die Fertigstellung des Archivneubaus ist für 2020 geplant.

Monika Eiden

2020 sollen das Stadtarchiv und das Rheinische Bildarchiv in den Neubau am Eifelwall ziehen.

Foto: Rheinisches Bildarchiv Köln/Michael Albers

v. l. n. r.: Petra Rinnenburger, Gebäudewirtschaft der Stadt Köln, Architekt Prof. Felix Waechter und Markus Greitemann, Gebäudewirtschaft der Stadt Köln, vor der „Brise soleil“.

Foto: Stadt Köln

Die technischen Daten des modernsten Archivs Europas

Rund 1.030 einzelne Fensterelemente bilden die Fassade des dreigeschossigen Mantelbaus. Die Elemente haben jeweils eine Breite von 90 Zentimetern und eine Höhe von etwa 3,40 Metern in den Obergeschossen bis zu 3,80 Metern im Erdgeschoss. Zusammen genommen haben die Lamellen eine Länge von etwa 4.500 Metern. Dies ist umso beeindruckender, wenn man die Hohenzollernbrücke zum Vergleich heranzieht. Diese hat eine Länge von rund 410 Metern.

Die Fassade des äußeren dreigeschossigen Mantelbaus, der über die „Brise soleil“ genannten feststehenden Sonnschutzlamellen verfügt, hat eine Fläche von rund 2.400 Quadratmetern. Mit den rund 1.500 Quadratmetern Glasfassade der Innenhöfe und den ungefähr 2.100 Quadratmetern der geschlossenen Metallfassade des inneren Magazinbaus besitzt das Gebäude damit insgesamt eine Fassadenfläche von etwa 6.000 Quadratmetern.

Insgesamt verfügt der Archivneubau über eine Länge von 126 Metern und eine Breite von 45 Metern. Der äußere Mantelbau ist rund 11 Meter hoch, der zentrale Magazinbau, das sogenannte Schatzhaus, misst etwa 20 Meter in der Höhe. Die gesamte Grundfläche von 4.470 Quadratmetern ist damit etwa halb so groß wie die Grundfläche des Kölner Doms.

Das Innere bietet insgesamt eine Gesamtfläche von etwa 22.580 Quadratmetern. Auf ca. 58 Regalkilometern und 460 Planschränken kann Archivgut gelagert werden. Für das Rheinische Bildarchiv stehen zusätzliche 2,2 Regalkilometer Lagerfläche zur Verfügung.

Rund 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden hier Platz an hochfunktionalen Arbeitsplätzen. Im Lesesaal stehen zudem 45 Plätze für die Arbeit mit Archivgut zur Verfügung. Für den Neubau des Historisches Archivs und des Rheinischen Bildarchivs wurden Gesamtkosten in Höhe von 75,9 Millionen Euro (zuzüglich 10 Prozent Risikoreserve) veranschlagt. Die funktionsfähige Übergabe an die Nutzer soll laut Planung im Jahr 2020 erfolgen.

LIDKORREKTUR IM BLICK

Ästhetische Gründe und medizinisches Anraten sprechen für eine Lidkorrektur

Fotos: Augenzentrum links vom Rhein/Johannes Haas

Lidkorrekturen sind Statistiken zufolge 2017 die häufigste (Männer) bzw. zweithäufigste (Frauen) Schönheitsoperation gewesen.

Schon immer haben die Menschen den Augen eine ganz besondere Bedeutung beigemessen. Sie sind nicht nur die Signal- und Blickpunkte im Gesicht, sie gelten darüber hinaus auch als „Spiegel der Seele", der vieles über den Menschen und seine Befindlichkeiten verrät.

Freude, Liebe, Zorn, Enttäuschung: All das ist den Menschen an den Augen abzulesen. Das liegt auch daran, dass gerade die Haut und die mimische Muskulatur um die Augen äußerst sensibel auf Stress, Überanstrengung, Ermüdung und Ärger reagieren. Und auch altersbedingte Veränderungen zeichnen sich ganz besonders im Bereich der Augen ab. Das hat nicht zuletzt anatomische Ursachen. Die Haut um die Augen ist nur halb so dick wie die übrige Gesichtshaut und hat eine wesentlich schwächere Bindegewebsstruktur. Das führt dazu, dass sich die Augenpartie mit zunehmendem Alter besonders schnell und besonders stark verändert.

Das Gewebe am Auge erschlafft mit der Zeit, und es ist zu viel Haut da. Die Auswirkungen dessen sind je nach Hautregion unterschiedlich. An den Unterlidern bilden sich Tränensäcke, weil sich die nicht mehr ganz straffe Haut nach außen wölbt. Die Oberlider verändern sich ebenfalls. Es bilden sich sogenannte Schlupflider, die die Betroffenen müde, gestresst oder traurig aussehen lassen. Verantwortlich hierfür ist die nachlassende Elastizität der Oberlider, die bewirkt, dass die Lider absinken. Hinzu kommen natürlich auch individuelle erbliche Faktoren, die oft schon in jungen Jahren zur Ausbildung von Schlupflidern und Tränensäcken führen. Auch eine aktive Mimik, die UV-Belastung des Gesichts und der Augenregion, die Ernährung, Stress oder zu wenig Schlaf spielen hierbei eine Rolle.

Ein rein ästhetisches Problem?

Nicht in jedem Fall. In der Tat ist der Beweggrund für eine Lidkorrektur häufig ein ästhetischer. Man möchte frischer aussehen, freundlicher und erholter. Ein solcher Eingriff zur Lidkorrektur ist relativ klein und erzielt dabei eine enorme Wirkung. Die Augen erscheinen größer, der Blick ist offener und das Gesicht wirkt im Ganzen deutlich lebendiger. Gleichzeitig sieht man nicht „operiert" aus, das Gesicht behält seine natürlichen Konturen. Daher ist es nicht verwunderlich, dass die Lidkorrekturen zu den häufigsten kosmetischen Operationen in Deutschland zählen.

Viele Lidkorrekturen haben aber auch andere Gründe. Sie sind medizinisch angeraten oder notwendig. Und in solchen Fällen übernehmen die Krankenkassen und -versicherungen die Kosten für den Eingriff.

Die Grenzen für die medizinische Notwendigkeit sind klar umrissen. So können Lidfehlstellungen zu verminderter Sehleistung führen, die gegebenenfalls durch eine Korrektur behoben werden kann. Aber auch wenn beispielsweise das Oberlid die Öffnung des Auges bedeckt und damit das Sehen behindert, weil das Gesichtsfeld maßgeblich eingeengt ist, ist eine Lidkorrektur medizinisch indiziert. Dies zu beurteilen, ist Sache eines Facharztes. In einer sorgfältigen Voruntersuchung wird unter anderem geprüft, wie stark das Oberlid das freie Sehen einschränkt: Auf einem Monitor erscheinen Lichtpunkte, und jedesmal, wenn der Patient einen dieser Lichtpunkte in seinem Gesichtsfeld sieht, muss er dies mitteilen. Anhand der gesehenen Lichtpunkte kann der Facharzt die Einschränkung des Gesichtsfelds bestimmen. Medizinisch notwendig ist eine Lidkorrektur dann, wenn die Einschränkung von oben und von der Seite bei 50 bis 70 Prozent liegt. Weitere Untersuchungen klären den allgemeinen Gesundheitszustand und mögliche Zusammenhänge mit anderen Krankheitsbildern wie beispielsweise unerkannten Schilddrüsenerkrankungen ab.

Viel Präzision

Die Lidkorrektur erfolgt durch einen kleinen chirurgischen Eingriff, die Blepharoplastik. Dabei werden überschüssige

Haut und gegebenenfalls auch Fettgewebe entfernt. Dazu wird am Oberlid in der natürlichen Oberlidfalte ein feiner Schnitt gesetzt, dessen Narbe durch die Positionierung in der Lidfalte nachher optimal verdeckt wird. Dann trennt der Operateur die Oberhaut von Unterhaut und Muskeln und trägt die überschüssige Haut und Fettgewebe ab. Schließlich wird der Schnitt mit extrem dünnen Fäden vernäht, die mit einer speziellen Technik in der Haut versenkt werden und äußerlich nicht mehr sichtbar sind. Die normale Lidkontur stellt sich wieder dar und der gesamte Gesichtsausdruck wirkt strahlender und jünger.

Die Operation wird ganz überwiegend ambulant in örtlicher Betäubung oder in Allgemeinnarkose durchgeführt. Bei einer Lokalanästhesie wird das Gewebe an den Lidern betäubt. Ein Beruhigungsmittel, das auf Wunsch verabreicht werden kann, nimmt dem Patienten die Nervosität und Aufregung und sorgt dafür, dass er den Eingriff im Halbschlaf erlebt. Nach dem Eingriff kann der Patient, wenn er nach einer angemessenen Ruhepause wieder vollständig wach ist, nach Hause entlassen werden. Welches Narkoseverfahren genau angewendet wird, hängt vom jeweiligen Einzelfall ab.

Erfahrung tut not

Die Risiken einer Lidstraffung sind vergleichsweise gering. Aber der anatomische Aufbau der Augenlider ist auf kleinstem Raum sehr komplex. Operative Eingriffe im Bereich der Augenlider gehören deshalb in die Hand des operativ erfahrenen Arztes. Und: Jeder Eingriff birgt Risiken. Auch wenn dieses Wissen selbstverständlich sein sollte, kann nicht genug darauf hingewiesen werden. Trotz aller Sorgfalt können, wie bei jedem chirurgischen Eingriff, Komplikationen auftreten. Ist dies der Fall, ist schnelles Eingreifen gefragt, weswegen die Erreichbarkeit des Operateurs oder seiner Praxis sichergestellt sein sollte.

Schwellungen oder Blutergüsse müssen als normale und vorübergehende Nebenwirkungen in Kauf genommen werden. Linderung verschaffen Kühlung, eine erhöhte Schlafposition und der Verzicht auf körperliche Anstregung in den ersten zwei Wochen nach der Operation. Außerdem sollte direkte UV-Strahlung vorübergehend vermieden werden. Nachblutungen und Infektionen gehören zu den generellen Risiken eines Eingriffs, sind bei Lidkorrekturen, die erfahrene Spezialisten durchführen, jedoch sehr selten.

Heinz-Günther Göddertz
Facharzt für Augenheilkunde und Fachkunde Laserchirurgie Klinik LINKS VOM RHEIN

WORK-LIFE-BALANCE

Drei Tipps für die effiziente Entspannung zu Hause

Foto: baranq - Fotolia.com

Wer unter Strom steht, dem fällt es oftmals schwer zu entspannen. Man rennt der Zeit hinterher. Unser Leben ist oft von Hektik, Stress und Leistungsdruck geprägt. Wir leben in der ständigen Angst, etwas zu verpassen, sind informationssüchtig oder sind aus reinem Pflichtgefühl immer präsent. Das Handy ist stets griffbereit, die E-Mails und SMS haben wir im Blick.

Die Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben vermischen sich. Unser Umfeld ist es gewohnt, digital sofort eine Antwort zu erhalten, von morgens bis spät abends. Die letzte E-Mail wird noch im Bett geschrieben, die erste wird morgens noch vor dem Verlassen der Wohnung beantwortet.
Die wertvolle Auszeit bleibt auf der Strecke. Die Sehnsucht nach Entschleunigung wird größer. Und „einfach mal nichts zu tun“ ist gar nicht so einfach. Wir schuften, machen Überstunden und sobald ein bisschen Freizeit da ist, versuchen wir dieses Zeitfenster sinnvoll zu nutzen. Wer nichts tut, der wird als faul und phlegmatisch abgestempelt.
Positiver Stress kann motivieren. Dauerhafter Stress jedoch kann krank machen. Kopfschmerzen, Schlafstörungen, Verspannungen, Konzentrationsschwierigkeiten bis hin zu Depressionen können die Folge sein.

Digital Detox für Anfänger – WhatsApp-Gruppen-Benachrichtigungen und E-Mails ausschalten

Der digitale Wandel bringt auch die ständige Erreichbarkeit mit sich. Laut einer Studie der britischen Marketing-Agentur Tecmark greift der durchschnittliche Nutzer pro Woche 1.500-mal zu seinem Smartphone. Es ist hilfreich, die E-Mail-Push-Nachrichten nach Feierabend auf manuell umzustellen. Die Benachrichtigungen in den WhatsApp-Gruppen lassen sich auf stumm schalten. Das kann schon zu mehr Lebensqualität und Gelassenheit führen.
Schlechtes Gewissen? Schuldgefühle? Auf keinen Fall! Immer vor Augen führen, dass es meistens nicht um Leben oder Tod geht. Keiner ist dazu verpflichtet, stets erreichbar zu sein.

Digital Detox für Fortgeschrittene – handy- und laptopfrei machen

Wie wäre es, abends mal nach der Arbeit für ein paar Stunden komplett laptop- und handyfrei zu sein? Das lässt sich üben. Wer zu Hause bleibt, neigt eventuell dazu, zum Handy zu greifen. Also ab nach draußen – ohne Handy.
Hohe Ziele zu Beginn erzeugen nur noch mehr Stress. Wie wäre es mit einer 30-minütigen Auszeit? Eine halbe Stunde um den Block, im Park oder am Rhein spazieren gehen und die Gedanken schweifen lassen. Beim Sport Dampf ablassen oder bei einer wohltuenden „Quick“-Massage abschalten kann wahre Wunder bewirken.

Digital Detox für Profis – Alltag strukturieren, Auszeiten planen

Routine ist tödlich, Rituale sind göttlich. Der Mensch braucht Struktur. Jede Kultur, gesellschaftliche Schicht und Familie hat ihre eigenen Rituale. Feste Strukturen geben uns Sicherheit, Zuverlässigkeit und helfen uns, uns gedanklich auf die Dinge einzustellen. Das führt zu mehr Entspannung. Ohne feste Strukturen verzetteln wir uns. Wer auf zu vielen Hochzeiten tanzt, wird den Anforderungen nicht mehr gerecht. Zwischenmenschliche Missverständnisse sind vorprogrammiert und letztendlich brennen wir aus. So wie der Arbeitsalltag strukturiert sein möchte, helfen uns geplante Auszeiten. Für manch einen beginnt sein Alltagsritual mit einem Kaffee am Morgen und endet mit dem Gucken einer Serie am Abend.

Auszeiten fest im Alltag etablieren, Pausen von vorherein planen

Feste Rituale können der wöchentliche Besuch beim Sport, die Massage oder das Treffen mit Freunden sein. Was so trivial klingt, kann eine echte Herausforderung darstellen. Wir neigen dazu, Dinge vorzuschieben, sind um Ausreden nicht verlegen oder fühlen uns schlecht, sobald wir uns selbst etwas gönnen. Deshalb: Perfektionismus und Ehrgeiz überwinden und Verantwortung für sich selbst übernehmen. Das wichtigste Gut, das wir haben, ist die eigene Gesundheit.
Schon gewusst? Marktforscher von Mindlab International haben zehn Songs gefunden, die nachweislich Stress besonders gut abbauen sollen. Diese Playlist „Most Relaxing Songs Ever“ ist auf Spotify zu finden.

Gastautorin: Janine Annen, Geschäftsleitung bei Myssage

VEGAN UND LAKTOSEFREI – DAS EIS 2.0 AUS KÖLN

Wie man die Kuh vom bzw. aus dem Eis holt …

… ist eigentlich ganz einfach. Man produziert veganes Eis, das genauso gut schmeckt wie nicht veganes Eis und bringt die Leute damit nebenbei noch dazu, mit dem Verzehr die Umwelt zu schonen. Besser geht nicht!

Was macht man, wenn man als Student keine Lust auf Lernen hat? Man schaut sich Filme an. So weit nichts Ungewöhnliches. Ungewöhnlich wurde es in diesem Fall erst, als eine Dokumentation namens „Cowspiracy“, die sich mit dem Klimawandel und dem Konsum tierischer Produkte beschäftigt, eben jenen Kölner Studenten so beeindruckte, dass er flugs seine Lebensweise in puncto Ernährung änderte und diese auf vegan umstellen wollte und bemerkte, dass viele vegane den herkömmlichen Produkten geschmacklich nicht annähernd nahe kamen. So kam dann die Idee auf, ein zwar pflanzliches aber geschmacklich überzeugendes Eis herzustellen. Was als Experiment in der heimischen Küche startete, entwickelte sich nach einer Weile zum Erfolg. Als das Kind dann einen Namen brauchte, endschied man sich für „Nomoo“ oder übersetzt „Ohne Muh“ und das Kind, sprich, das Start-up, lernte laufen. Nachts wurde Eis produziert, das am Tag an die örtlichen Gastronomen ausgeliefert wurde. Und das alles natürlich neben dem Studium.

Mittlerweile lassen die Gründer Jan Grabow und Rebecca Göckel ihr Eis in einer Eismanufaktur in Hamburg produzieren. So bleibt ihnen mehr Zeit, dieses entsprechend zu vermarkten. Mit Erfolg, wie sich zeigt: Seit dem 15. Juni 2018 ist NOMOO in den Sorten Mango, Himbeere, Erdnuss und Kakao im Handel in ausgewählten Märkten zu erwerben. Und das nicht nur in Köln. Das vegane Eis gibt es ebenso bereits in Bonn, Düsseldorf, Krefeld und im Ruhrgebiet. Vereinzelt wird es sogar in Märkten in Bremen, Münster und Stuttgart angeboten. Offensichtlich kann das Eis in puncto Geschmack und Qualität überzeugen. NOMOO wirbt damit, dass ihr Eis nur aus rein pflanzlichen Zutaten in Bio-Qualität besteht. Zudem ist es laktosefrei und somit auch für Allergiker geeignet. Somit können Eisliebhaber, die bisher verzichten mussten, ohne Reue zugreifen.

Und die Botschaft, die NOMOO mit der Idee vom veganen Eis sendet, kommt auch an: die Umwelt zu schonen, das Tierleid zu verringern und nebenbei noch die eigene Gesundheit zu fördern. Ohne Reue Eis essen – so holt man die Kuh vom bzw. aus dem Eis. *(mei)*

Die beste Kommunikation ist: live.

Wir haben dazu die perfekte Location für Sie.

STILVOLL TAGEN . EINZIGARTIG FEIERN
WOLKENBURG . LA REDOUTE + REDÜTTCHEN . KÖLNSKY

WOLKENBURG KÖLNSKY LA REDOUTE Von Borries & Partner PREMIUMGASTRONOMIE

www.vbp.eu/live

DIE PFLEGE HÄNGT AM TROPF

Gutes Pflegepersonal fehlt an allen Ecken und Enden. Das gilt deutschlandweit, und Köln bildet da keine Ausnahme.

Foto: upixa - Fotolia.com

Es muss schnell gehen in der Pflege - da bleibt der Patient auf der Strecke.

Pflegenotstand, Fachkräftemangel in der Alten- und Krankenpflege, eine immer weiter wachsende Alterspyramide, ein körperlich wie auch psychisch äußerst anspruchsvoller, zugleich niedrig bezahlter Job – eine Vielzahl an Fakten sind für die Probleme bei den Pflegeberufen verantwortlich.

Statistisches Material in Sachen Medizin hält unter anderem der Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen vor. Die Statistik von 2016 bezüglich der Krankenhäuser in Köln bringt folgende Zahlen hervor: 22 Krankenhäuser verfügen über 7.157 Betten. Fast 300.000 Menschen (298.606) wurden stationär behandelt, und das an mehr als zwei Millionen Berechnungs-/Belegungstagen (2.079.915). Im Schnitt verbrachte jeder Patient sieben sogenannte Verweiltage in Kölner Krankenhäusern, die Bettenauslastung hatte mit 79,4 Prozent eine Höchstmarke. In der Pflege sind den Angaben zufolge 6.910 Menschen tätig.

Auch dies eine Höchstmarke, auf die in den vergangenen Jahren eine stetig steigende Linie zulief. Im Jahr 2005 beschäftigten die Krankenhäuser in Köln noch 5.605 Pflegerinnen und Pfleger, 2011 waren es 6.605. Eine logische Folge unterschiedlicher Faktoren. Die Zahl der stationär behandelten Patienten lag im Jahr 2000 noch bei 220.000. Die enorme Steigerung hat in erster Linie damit zu tun, dass die Menschen – auch die kölschen – immer älter werden. Damit steigt natürlich das Risiko von Erkrankungen an Krebs und ähnlich gelagerten Fällen. Aber auch Stürze, die etwa ein 50-Jähriger mit einem blauen Fleck oder einer Prellung übersteht, werden für einen 80-Jährigen zur ernsthaften Gefahr mit längeren Krankenhausaufenthalten und Reha-Maßnahmen.

Heute hat jeder Patient im Schnitt sieben Verweiltage in der Klinik

Mit der wachsenden Anzahl an Pflegerinnen und Pflegern ging zugleich die Zahl der Verweiltage je Patient deutlich zurück. Lag sie im Jahr 2000 noch bei 10,5 Tagen, konnte sie bis 2016 auf sieben Tage herabgesetzt werden. Sicherlich spielt da eine bessere medizinische Versorgung eine wichtige Rolle. Ebenso wie die rigorosen Vorgaben der Krankenkassen. Aber auch die steigende Zahl an Pflegern trägt dazu bei, die Verweildauer deutlich zu reduzieren.

Allerdings sind es, wie überall in Deutschland, auch in Köln bei Weitem nicht genug. Zu den Kliniken der Stadt Köln zählen etwa die Krankenhäuser Holweide, Merheim und das Kinderkrankenhaus Amsterdamer Straße. Sigrid Krebs, als Pressesprecherin zuständig für die Unternehmenskommunikation der Kliniken der Stadt Köln gGmbH, legt entsprechende Unternehmenszahlen vor. „Wir beschäftigen momentan rund 1.520 Personen in der Pflege und suchen derzeit rund 100 bis 120 neue Pflegekräfte.“ Absolut eine beeindruckende Zahl, und wir sprechen nur von drei der über 20 Kliniken in Köln.

Wer sich über den Themenkomplex informieren will, muss unbedingt über die Gehaltsstrukturen in diesem wichtigen Teil der medizinischen Leistungen sprechen. Gehaltsdifferenzen existieren zum Beispiel zwischen den Berufsgruppen Krankenpfleger und Altenpfleger. Aber auch innerhalb der beiden Tätigkeitsfelder, die sich zwar unterscheiden, aber auch viele gemeinsame Arbeitsabläufe aufweisen, herrscht ein Gehaltsgefälle.

Die Höhe der Vergütung differiert je nach Träger eines Krankenhauses

Die Vergütung einer Krankenschwester im ersten Ausbildungsjahr liegt bei etwa 1.000 Euro, nach drei Jahren Ausbildung sind es am Ende ca. 1.150 Euro. Wie sich das weitere Gehalt entwickelt, hängt nicht zuletzt vom Träger der Einrichtung ab, bei der man angestellt ist. Durchschnittliche monatliche Bruttogehälter liegen bei staatlichen Institutionen bei 2.300 bis 2.400 Euro. Auch Pfleger, die im Namen des Herrn unterwegs sind – sprich in einem Haus unter kirchlicher Leitung arbeiten –, können durchaus mit einer ähnlichen Vergütung rechnen.

Anders verhält es sich bei privaten Arbeitgebern. Diese sind in der Regel nicht an öffentliche Tarifvorgaben gebunden. So kommt es, dass dort angestellte Pflegefachkräfte monatlich lediglich 1.400 bis 1.800 Euro verdienen. Auch Pfleger, die bei Zeitarbeitsunternehmen angestellt sind und ihren Job verrichten, müssen Abstriche beim Lohn machen – obwohl eigentlich geregelt ist, dass Leiharbeitern nach spätestens neun Monaten der gleiche Lohn zusteht wie der Stammbelegschaft.

Gut bezahlt sind die in der Pflege Beschäftigten an den drei städtischen Kölner Kliniken. „Die Tarifstrukturen werden individuell verhandelt. Bei den Kliniken der

Stadt Köln liegen die Tarife des bundesweit gültigen Tarifvertrages des öffentlichen Dienstes TVöD für Kommunen zugrunde, der in der Regel höher ist als die Tarife des Landes NRW“, erläutert Sigrid Krebs.

Die Kliniken der Stadt Köln blicken über den Gehalts-Tellerrand hinaus

Bei den Kliniken der Stadt Köln denkt man in Sachen Vergütung aber auch über den Tellerrand hinaus. Zahlreiche interessante Betriebsleistungen sollen ihren Teil dazu beitragen, gutes Personal zu finden und die bestehenden Kräfte zu binden. Familienfreundliche Arbeitszeitmodelle, Gesundheitsvorsorge und präventive Fitnessangebote gehören ebenso dazu wie Jobtickets und die Unterstützung bei der Wohnungssuche. Wer von außerhalb in die Domstadt wechselt, wird sich über diesen Benefit besonders freuen und ihn zu schätzen wissen.
Wie relativ groß doch die Gehaltsdifferenzen zwischen Kranken- und Altenpflege sind, verdeutlicht ein Blick in den „Entgeltatlas der Bundesagentur für Arbeit“. Berufstätige in der Altenpflege verdienen in Nordrhein-Westfalen im Schnitt 2.917 Euro pro Monat. Unter gleichen Parametern stehen Krankenpfleger in NRW am Monatsende mit 3.459 Euro da. Ein Unterschied von deutlich mehr als 500 Euro. Unter diesen Voraussetzungen Nachwuchs für die Pflege von Senioren zu finden, ist demnach kein leichtes Unterfangen.
Laut der Bundesagentur für Arbeit beträgt die Vakanzzeit von Stellenangeboten für die gesamte Berufsgruppe „Gesundheits-, Krankenpflege, Rettungsdienst und Geburtshilfe“ 149 Tage. Sie liegt damit um 39 Prozent über dem Durchschnitt aller Berufe. Das heißt, es vergehen 149 Tage, bis eine der BA gemeldete freie Stelle entsprechend besetzt werden kann.

Foto: upixa - Fotolia.com

Es fehlt an Pflegepersonal. Da bleibt der Patient sich allein überlassen.

Auf 100 bei der BA gemeldete Stellen kommen rechnerisch 62 Arbeitslose und die Relation von Arbeitslosen bezogen auf die Erwerbspersonen beträgt gerade einmal 0,6 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr ist eine zunehmende Verknappung zu erkennen. Die Vakanzzeit ist um neun Tage gestiegen und die Arbeitslosen-Stellen-Relation hat sich um sieben auf 62 verringert.

Es gibt erste Anzeichen für Engpässe

Der Fachkräftemangel in der Altenpflege fokussiert sich auf examinierte Fachkräfte und Spezialisten und zeigt sich ausnahmslos in allen Bundesländern. In keinem Bundesland stehen rechnerisch ausreichend arbeitslose Bewerber zur Verfügung, um damit die der BA gemeldeten Stellen zu besetzen. In Hamburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen deuten die Indikatoren auf Anzeichen für Engpässe hin. Gemeldete Stellenangebote für examinierte Altenpflegefachkräfte und -spezialisten sind im Bundesdurchschnitt 175 Tage vakant. Das sind 63 Prozent mehr als die durchschnittliche Vakanzzeit über alle Berufe. Auf 100 gemeldete Stellen kommen rechnerisch lediglich 27 Arbeitslose. In absoluten Zahlen ausgedrückt, kamen damit (ohne Berücksichtigung der Stellen der Zeitarbeit) auf 11.300 Stellen 3.000 Arbeitslose. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Situation in der Altenpflege weiter angespannt. So ist die Vakanzzeit um acht Tage gestiegen und die Arbeitslosen-Stellen-Relation hat sich nochmals verringert.
Dabei stehen den Kliniken Fördergelder in Millionenhöhe zu, um die Situation zu verbessern und ihre Mitarbeiter vernünftig zu entlohnen. Das sogenannte Pflegestellen-Förderprogramm für die Jahre 2016 und 2017 ist 300 Millionen Euro schwer. Das Geld kommt aus den Reihen der Krankenkassen. Abgerufen wurden von diesen Mitteln gerade einmal 157 Millionen Euro, also nur etwas mehr als die Hälfte.
Im vergangenen Jahr hätten 620 der knapp 2.000 Krankenhäuser von dem Programm profitiert, so der Kassenverband. Die 97 Millionen Euro, die 2017 an die Kliniken geflossen seien, dienten dem Aufbau von 2.228 zusätzlichen Pflegestellen. Ob die Stellen mit dem Geld wirklich entstanden sind, könne aber erst nachträglich gesagt werden, wenn die Krankenhäuser das Testat eines Jahresabschlussprüfers vorlegen. Krankenhäuser können die Fördergelder für 2017 auch noch im laufenden Jahr abrufen.

Foto: upixa - Fotolia.com

Keine Pfleger - keine Patienten. Auch weil Fördergelder nicht abgerufen werden.

Heribert Eiden

KÖLNER UNI MIT NEUEM „USP“

Unternehmer sein heißt: Gestalten unter Unsicherheit. Damit künftig sogar Ärzte und Juristen betriebswirtschaftlich „fit“ sind, wurde ein nagelneuer Lehrstuhl eingerichtet.

Foto: Lisa Beller

Die Kölner Uni ist um eine deutschlandweit einmalige Professur reicher: Seit April dieses Jahres doziert Prof. Dr. Christian Schwens „Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Managementlehre für Nicht-Wirtschaftswissenschaftler“ an der Universität zu Köln. Heißt: All jene, die normalerweise nicht viel mit Betriebswirtschaftslehre zu tun haben, wie Mathematiker, Humanwissenschaftler oder Mediziner, erhalten bei ihm einen umfassenden Einblick in die Finessen von Unternehmertum und Management, um dadurch wesentlich besser schon während des Studiums auf die Anforderungen des zukünftigen Berufslebens vorbereitet zu werden. Wir sprachen mit ihm über seine (auch für ihn) neue Aufgabe.

DIE WIRTSCHAFT: Unternehmer sollten gemeinhin gut kalkulieren können. Aber müssen Mathematiker im Umkehrschluss auch unternehmerisch denken?

Prof. Dr. Christian Schwens: Die Antwort lautet eindeutig: ja! Jedes Studium – sei es das der Natur-, der Geistes- oder Humanwissenschaften, der Juristerei oder der Medizin – ist genau genommen erst einmal ein Zertifikat über errungenes Fachwissen. Die Absolventen verfügen allesamt über Exzellenz und Leidenschaft in ihrem Fach. Normalerweise gehen sie anschließend im Job aber relativ schnell in eine Führungsaufgabe hinein, übernehmen auf jeden Fall zumindest schon einmal Projektverantwortung. Und spätestens ab da zeigt sich, dass wirklich jeder Kontext speziell ist und ganz eigenen (inner-)betrieblichen Regeln unterstellt ist. Unternehmerisches, management- und führungsbezogenes Wissen ist zur Bewältigung der anstehenden Aufgaben unentbehrlich – mit reinem Fachwissen kommt man häufig nicht weit.

DIE WIRTSCHAFT: Können Sie das konkretisieren?

Prof. Dr. Christian Schwens: Nun, geht ein Arzt an ein Krankenhaus, lernt er spätestens hier, was es heißt, bei allem Kosten- und Effizienzdruck ethische Gesichtspunkte nicht zu vernachlässigen. Dann ist der Absolvent im Vorteil, der bereits entsprechende Vorkenntnisse erworben und sogar schon Werkzeuge zur Hand hat, damit er hier möglichst schnell eine effektive Balance finden und maßgeblicher Teil eines Lösungsprozesses werden kann.
Genauso sollte ein Jurist Grundlagen darüber erfahren, wie das Unternehmen, für das er arbeitet, wachsen und wettbewerbsfähig sein kann, ohne die rechtlichen Anforderungen zu vernachlässigen. Oft heißt es ja, wenn die Juristen dazugerufen werden: „Och nee, jetzt kommen wieder die ständigen Vorbehalte.“ Es geht darum, eine Balance zu finden zwischen Rechtssicherheit auf der einen und unternehmerischer Gestaltungsfähigkeit auf der anderen Seite. Man kann nicht früh genug anfangen, genau diese Anforderungen zu thematisieren und die Studierenden dafür zu qualifizieren.

DIE WIRTSCHAFT: Das sind ja grundlegend dann keine neuen Erkenntnisse. Was werden Sie nun anders machen?

Prof. Dr. Christian Schwens: An einigen Universitäten werden in der Tat schon jetzt partiell betriebswirtschaftliche Inhalte für Nichtbetriebswirtschaftler angeboten. Um hier jedoch eine fachspezifische Tiefe erreichen zu können, muss man dem Umstand gerecht werden, dass die Anforderungen für einen Mediziner anders sind als die an die Juristen. Jedes Fach und jede Zielgruppe ist anders. Von Kunsthistorikern, die zum Beispiel die Leitung eines Museums anstreben, wird letztlich verlangt, für attraktive Ausstellungen zu sorgen und natürlich auch immer Kosten und Nutzen im Sinn zu haben. Eine NGO-Organisation muss den Geldgebern ein belegbares Ergebnis präsentieren, ohne die vorgegebenen humanitären Aspekte aus dem Auge zu verlieren. Will sagen: Hier jeweils spezielle Zuschnitte für die einzelnen Fakultäten zu schaffen, ist meine Aufgabe und hier liegt ein einzigartiges Potenzial. Aktuell halte ich Rücksprache mit allen Fakultäten, plane mit den Dekanen und anderen Fachverantwortlichen, wie sich meine betriebswirtschaftlichen Inhalte in ihre Lehren integrieren lassen und wie der fakultätsspezifische Zuschnitt aussehen kann.

DIE WIRTSCHAFT: Wie entstand die Idee, eine solche Professur ausgerechnet in Köln anzubieten?

Prof. Dr. Christian Schwens: Nun, es handelt sich in meinem konkreten Fall um eine Stiftungsprofessur mit einem sehr visionären und engagierten Stifter. Die Universität zu Köln wurde aus dem Grund ausgewählt, weil sie eine exzellente Volluniversiät „mit

Strahlkraft“ nicht nur für die Studierenden, sondern auch für die anderen Universitäten in der Region und in ganz Deutschland ist. Zudem ist die Kölner Uni schon jetzt im Fach Betriebswirtschaft exzellent, und damit in jeder Hinsicht bedeutsam.

DIE WIRTSCHAFT: Also wird Betriebswirtschaftslehre künftig auch für alle Nichtbetriebswirte Pflicht?

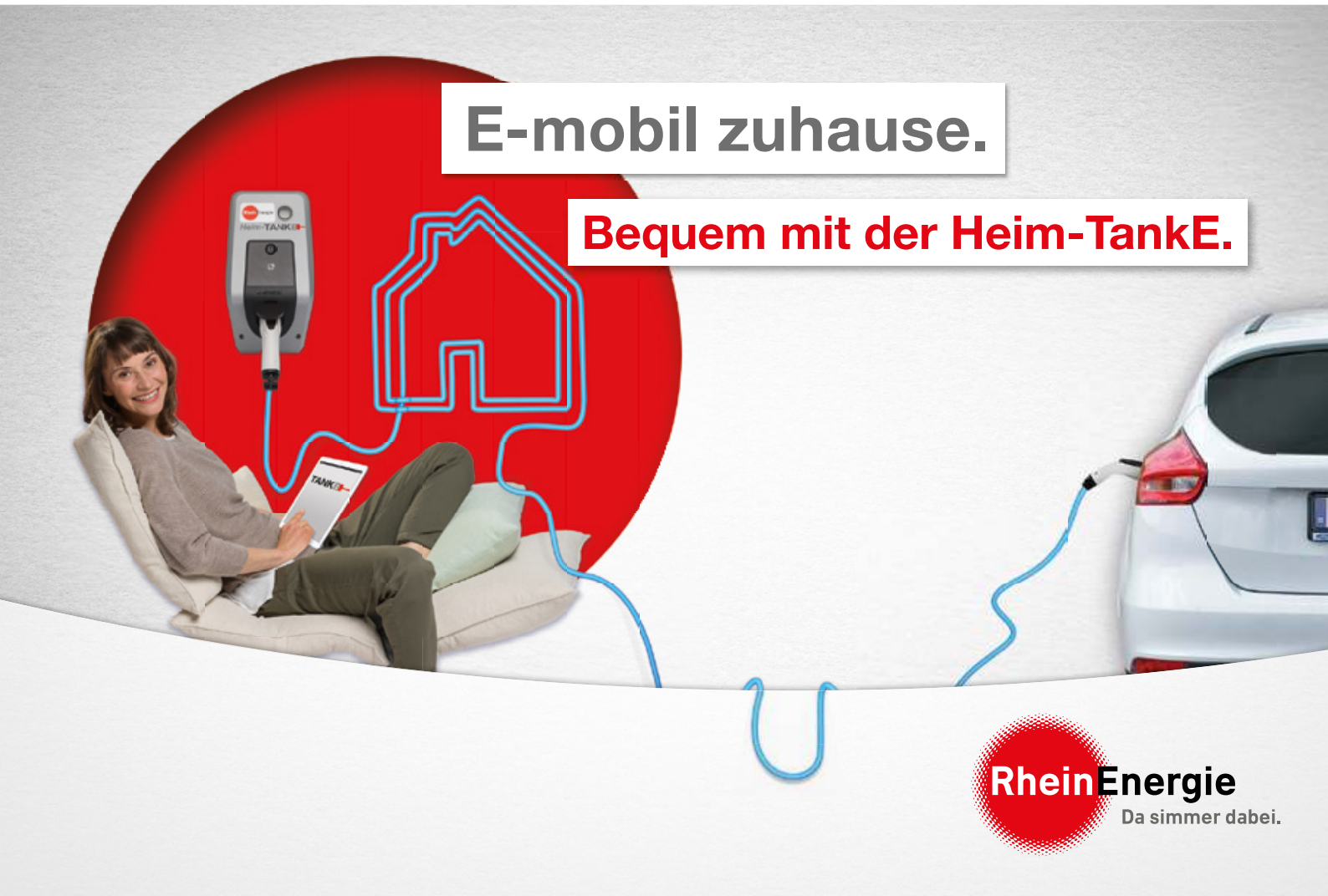
Prof. Dr. Christian Schwens: Aktuell gilt das Prinzip von Angebot und Nachfrage. Derzeit „werbe“ ich noch um Teilnehmer, da ich durchaus mit anderen studienbegleitenden Inhalten in Konkurrenz stehe und für das Thema zunächst einmal sensibilisiert werden muss. Wenn man einmal auf die Bedeutung hingewiesen hat, ist das Feedback oft sehr positiv. Es wird gesehen, dass das Thema höchst relevant ist. Damit sich dies in der Breite rumspricht, braucht es allerdings ein wenig Zeit und Energie. Es wird also sicherlich noch eine Weile dauern, bis sich die Vorteile bei jedem Studenten herumgesprochen haben. Fakt ist, wir schaffen aktuell etwas, was es noch nicht gibt und was höchst relevant ist. Aber wie echte Unternehmer müssen auch wir aus unseren Fehlern lernen und nach dem initialen Aufbau das Programm weiterentwickeln.

DIE WIRTSCHAFT: Beziehen Sie denn auch die Wirtschaft aktiv mit ein?

Prof. Dr. Christian Schwens: Selbstverständlich! Viele denken bei Unternehmertum und Entrepreneurship an Start-ups. Das ist sicherlich ein interessantes und höchst relevantes Feld, zu dem ich große Affinität habe. Deshalb binden wir aktiv Gründerinnen und Gründer in die Veranstaltungen mit ein. Aber wenn ich vor mehreren Studierenden frage, wer denn gründen möchte, dann sind das maximal drei Prozent. Wenn ich es schaffe, daraus fünf zu machen, ist das ein enormer Zugewinn. Aber meine Aufgabe ist es nun primär, auch die verbleibenden 95 Prozent abzuholen und mit unternehmerischem Denken zu „infizieren“. Wir brauchen viel mehr Unternehmertum in Deutschland – bei der Gründung, in bestehenden Unternehmen und in anderen Institutionen – und wir versuchen, hier aktiv einen Beitrag dazu leisten. Um dabei immer am Puls der Anforderungen zu sein, bin ich in ständigem Austausch mit Führungskräften aus allen Ebenen aus den unterschiedlichsten Branchen. Einige unternehmerische Persönlichkeiten aus den verschiedenen Institutionen – von der karitativen Einrichtung über das Museum hin zur Klinik oder zum Chemieunternehmen – werden wir in unterschiedlicher Form – bspw. über Gastvorträge – in die Veranstaltungen integrieren. Darauf freue ich mich besonders, weil es unsere Formate besonders lebhaft und authentisch für die verschiedenen Fachgruppen macht.

Edda Nebel

Zur Person: Nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Paderborn und der Universität Stockholm war Christian Schwens als Doktorand und Habilitand an der Justus-Liebig-Universität Gießen und als Lehrstuhlvertreter an der Universität Trier tätig. Von 2012 bis 2018 war er Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Management an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Forschungsaufenthalte führten ihn 2006 an die Carlson School of Management der University of Minnesota, Minneapolis, USA und 2016 an das Department of Management and International Business der University of Auckland, Neuseeland. Seine Hauptforschungsgebiete umfassen die interdisziplinäre Management- und Entrepreneurshipforschung.



SERIE: NACHHALTIG WIRTSCHAFTEN

RAUS AUS DER ÖKO-ECKE!

Christiane Speck führt die Temma-Bio-Kette von Rewe jetzt in Eigenregie

Foto: Alex Weis

Christiane Speck: „Ich habe den Job meines Lebens!“

Schon als BWL-Studentin träumte sie davon, sich irgendwann selbstständig zu machen. Also zögerte Christiane Speck nicht lange, als nach 15 Jahren bei Rewe plötzlich die große Chance an die Tür klopfte. Die Rewe-Bio-Kette Temma stand vor dem Aus und damit ihr Konzept, das sie gemeinsam mit einer Kollegin 2009 für den Kölner Handelskonzern entwickelt hatte. Die 42-Jährige kündigte und machte ihrem Arbeitgeber ein Übernahmeangebot. So wurden zwei der insgesamt neun deutschen Temma-Supermärkte privatisiert. Seit Anfang April 2018 zeichnet Christiane Speck verantwortlich für die Leitung der Filialen in Braunsfeld und Bayenthal mit insgesamt 70 Mitarbeitern und je 800 m² Verkaufsfläche.

Temma – der Name ist als Kurzform des ursprünglichen Arbeitstitels „Tante Emma meets urban Lifestyle“ übrig geblieben. „Mit Tante Emma bringen viele Menschen ‚ihren Supermarkt um die Ecke‘ in Verbindung. Dort, wo sie aufgewachsen sind. Der Name transportiert viele persönliche Emotionen und genau da wollen wir die Menschen abholen“, sagt Christiane Speck. „Temma ist ein Ort der Begegnung. Hier läuft Musik und es darf gequatscht werden. Keiner muss flüstern, wie ich das in anderen Bio-Supermärkten schon oft erlebt habe. Wir wollen raus aus der Öko-Ecke durch ein modernes Einkaufskonzept mit Erlebnisgastronomie.“ Die persönliche Ansprache ist der neuen Geschäftsführerin sehr wichtig. So liegen beispielsweise im Eingangsbereich ihrer Supermärkte Temma-Kundenbücher aus. „Hier dürfen ganz persönliche Wünsche eingetragen werden. Die Bandbreite ist groß“, sagt Christiane Speck. „Der eine wünscht sich Soft-Tomaten aus der Verpackung, der andere verpackungsfreien Spinat!“

Jeans statt Hosenanzug

Der erste Temma-Bio-Supermarkt wurde Ende November 2009 in Köln-Bayenthal eröffnet. Es folgten Filialen in ganz Deutschland. Den zweiten Kölner Markt in Braunsfeld gibt es seit April 2012. Ende Januar 2018 wurden alle Filialen von Rewe geschlossen, außer den beiden Kölner Märkten, die von Christiane Speck privat übernommen wurden. Der Übergang im April 2018 gelang fließend. „Wir hatten einen Tag geschlossen, um die Kassensysteme umzustellen“, erinnert sich Christiane Speck. Verändert habe sich an den Märkten auf den ersten Blick eher wenig, sagt die quirlige Jungunternehmerin. Sortiment und Preise seien stabil geblieben. Es gebe auf Kundenwunsch einige zusätzliche kleine Labels in den Regalen. Große Veränderungen beobachte sie eher an sich selbst. Christiane Speck: „In meinem Job als Entwicklerin bei Rewe habe ich schicke Hosenanzüge getragen. Heute laufe ich in Jeans und Turnschuhen durch die Abteilungen, denn es gibt überall etwas zu tun.“ Mittags trifft man die Chefin auch mal beim Spülen in der Deli-Küche. „Damit hab ich kein Problem, ganz im Gegenteil.“ So sei das Verhältnis zu den Mitarbeitern viel persönlicher geworden, „was ich sehr schätze“, so die Temma-Chefin. Auch privat hat sich die leidenschaftliche Köchin ganz auf das moderne Green Life eingestellt. „Ich lebe zu 95 Prozent von Bio-Lebensmitteln, esse deutlich weniger Fleisch.“ Ihr Auto hat die einstige Vielfahrerin an Rewe zurückgegeben. „Ich fahre jetzt mit dem Rad und bin sehr glücklich über jeden Stau, an dem ich vorbeifahren kann!“

Nachhaltiges Konzept weiter ausbauen

Das Thema Nachhaltigkeit gehört von Beginn an zur Temma-Firmenideologie. „Wir beziehen zu 100 Prozent Grünstrom“, sagt Christiane Speck. Auch das Einrichtungskonzept mit viel Holz stammt noch aus Rewe-Zeiten. „Die Holzmöbel werden alle in einer kleinen Werkstatt in der Nähe hergestellt.“ Auf Regionalität werde auch bei den Lebensmitteln der Fokus gelegt. „Im Sommer bis zu 80 Prozent“, weiß die Temma-Chefin. Aussortiertes oder übrig gebliebenes Obst und Gemüse werden nicht weggeschmissen, sondern im hauseigenen Temma-Deli verwendet für warme und kalte Snacks, wie Suppen, Chili con Carne, Salate und belegte Brote. Was darüber hinaus übrig bleibt, wird täglich von den lokalen Organisationen „Loss mer rette“ und „Foodsharing“ abgeholt und an bedürftige Menschen in Köln verteilt. Sozial engagiert ist Temma durch die Kooperation mit dem Wertkreis Gütersloh, dem Hauptlieferanten für das Deli. „Im Wertkreis arbeiten viele Menschen mit Einschränkungen“, weiß Christiane Speck. „Sie stellen einige unserer Temma-Eigenmarken her, wie Marmelade oder Nudelsoßen.“ In Zukunft möchte die engagierte Unternehmerin noch nachhaltiger werden. „Beim Thema Mülltrennung und Verpackungen ist noch Luft nach oben“, findet Christiane Speck. Darüber hinaus setzt sie ab kommenden Herbst auf ein Bienenprojekt, das durch gespendete Leergut-Bons finanziert werden soll.

Astrid Waligura

www.temma.de

STARKE NACHHALTIGE PARTNER

Temma Köln kooperiert seit Ladenöffnung mit nachhaltigen Partnern auf lokaler und überregionaler Ebene. Das grüne Engagement soll in den nächsten Jahren weiter verstärkt werden. Wer gehört dazu?

Foto: Dagmar Salomon

Loss mer rette

Die Kölner Organisation aus acht ehrenamtlichen Mitarbeitern ist gerade auf dem Weg, ein Verein zu werden. Die Kooperation mit Temma besteht seit 2014. Täglich werden die beiden Kölner Filialen angefahren, um übrig gebliebene Lebensmittel abzuholen und an obdachlose Menschen in Köln zu verteilen. „Lebensmittel retten ohne Zwischenlagerung, das ist unser Ansatz“, sagt Mitinitiator Guido Küßner. Mittlerweile gibt es auch Kooperationen mit anderen Kölner Supermärkten. „Wir wachsen langsam, aber überschaubar“, so Küßner. „In Zukunft möchten wir unser Spendenfeld vergrößern. Neben Lebensmittelspenden nehmen wir auch Kleidung, Hygieneartikel und Schlafsäcke zur Weitergabe an Bedürftige entgegen.“ *(aw)*

Kontakt über E-Mail: hope_medien@web.de oder guido.kuessner@googlemail.com

Foodsharing

Die bundesweit operierende Initiative „Foodsharing“ engagiert sich gegen Lebensmittelverschwendung. Nach Berlin ist Köln der größte Foodsharing-Bezirk mit weit über 1.000 ehrenamtlichen Foodsavern. Sie organisieren die täglichen Abholungen bei 188 Kooperationspartnern, darunter auch Temma Köln, und retten damit jeden Tag viele Hundert Kilo Lebensmittel vor der Tonne. In Köln gibt es derzeit 25 sogenannte Fair-Teiler, an denen sich alle Bürger bedienen können, nicht nur Bedürftige. „Generell kann jede Organisation und jede Privatperson einen Fair-Teiler eröffnen, wenn sie auf ihrem Grundstück den Platz zur Verfügung stellt“, sagt Matthias Nink, Foodsharing-Botschafter für Köln. „Wir freuen uns auch über weitere Foodsaver, die sich jederzeit über unsere Website registrieren können.“ *(aw)*

www.foodsharing.koeln

Foto: Foodsharing e.V.

Foto: Christian Wywra

Kiebitzhof/Wertkreis Gütersloh

Der Kiebitzhof ist Teil der wertkreis Gütersloh gGmbH. Auf dem Bioland-Hof im ostwestfälischen Gütersloh gilt das Motto: „Vielfalt ist unsere Stärke!“ Insgesamt 166 Menschen mit und ohne Behinderung finden auf dem Kiebitzhof sinnstiftende und vielseitige Arbeit im Einklang mit der Natur. Die geschäftliche Beziehung zu Temma besteht bereits seit Gründung der Kölner Bio-Supermärkte. Schon 2009 war der Kiebitzhof für den Temma-Vorgänger „Vierlinden“ in Köln und Düsseldorf im Einsatz. „Für die Firma Temma produzieren wir Suppen, frische Salate sowie Bioland-Tomatenketchup“, sagt Steffen Gerz vom Wertkreis. „Über die Jahre ist das Verhältnis zur Firma Temma ein enges und durchaus herzliches geworden. Wir treffen uns regelmäßig auf den Bio-Messen und jedes Jahr besucht uns die Geschäftsführerin Christiane Speck und probiert mit uns neue Rezepte aus.“ *(aw)*

www.wertkreis-gt.de

Deutschland rundet auf

Foto: Deutschland rundet auf

„Deutschland rundet auf“ ist eine bundesweite Spendenbewegung. Seit 2015 ist Temma Partner der gemeinnützigen Initiative und ermöglicht allen Kundinnen und Kunden, beim Bezahlen an der Kasse mit den zwei Worten „Aufrunden bitte!“ den Einkaufsbetrag um maximal zehn Cent aufzurunden. „100 Prozent dieser Mikrospenden leiten wir an gemeinnützige Förderprojekte weiter, die besonders wirksam Kinderarmut in Deutschland bekämpfen“, erklärt Nina Haensch, Geschäftsführerin von „Deutschland rundet auf“. „Die Eins-zu-eins-Weiterleitung ist möglich, weil Temma und unsere weiteren Partner einen Beitrag zahlen, der die Verwaltungskosten abdeckt“, so Nina Haensch. Im Raum Köln gibt es derzeit 70 Standorte für Projekte, die bereits Fördermittel von „Deutschland rundet auf“ erhalten haben, darunter Angebote für Familien mit Kleinkindern, für Kindergarten- und Grundschulkinder sowie für obdachlose Kinder und Jugendliche. *(aw)*

ⓘ *www.deutschland-rundet-auf.de*

Foto: Salossi-Fotografie

Bee-Rent Bienenleasing

An der neuen Kooperation zwischen Temma und Bee-Rent können sich alle Kunden aktiv beteiligen, indem sie ihre Leergut-Bons für ein Bienenprojekt spenden. „Wir alle wissen, wie dramatisch das Bienensterben voranschreitet“, sagt Temma-Chefin Christiane Speck. „Aber ohne die Bestäubungsleistung gerät der Motor der Natur ins Stocken und am Ende leiden wir alle durch einen Rückgang unseres Nahrungsangebots. Der Zusammenhang liegt auf der Hand: keine Bestäubung, schlechte Ernte!“

„Unser Prinzip ist einfach“, sagt Sebastian Klein, der zusammen mit Heiko Neumann Ansprechpartner für ökologisches Imkern und Bienenleasing für die Regionen Köln, Düsseldorf, das Bergische Land und Siegen-Wittgenstein ist. „Durch das Leasing von Bienenvölkern auf Zeit hilft man der Bienenpopulation sofort auf die Beine“, weiß der erfahrene Nebenerwerbsimker. Der gemietete Bienenstock kann direkt beim Kunden aufgestellt werden oder an einem der Plätze von Bee-Rent. „Für uns ist das Dach der Temma-Filiale in Bayenthal als Standort geeignet“, sagt Christiane Speck. *(aw)*

ⓘ *www.bee-rent.de*

SEMINARE & TRAININGS-ANGEBOTE

1 x 1 der Beamer-Präsentation

Anbieter: edulab – education
Datum: 10.09.2018
Ort: Köln
Preis: 464,10 €
Anmeldung: goo.gl/gJMnfX

Dieses Seminar weiht Sie in das Wesentliche und die Geheimnisse einer optimalen beamergestützten Präsentation ein.

Umsatzsteuerpflicht für die öffentliche Hand

Anbieter: WALHALLA Fachverlag
Datum: 10.09.2018
Ort: Köln
Preis: gratis
Anmeldung: goo.gl/AnPQKY

Durch die Neuregelung des § 2b UStG wurde die Unternehmereigenschaft neu definiert. Dieses Seminar vermittelt Ihnen das aktuelle Umsatzsteuerwissen. Dadurch können Sie rechtssicher urteilen und handeln und steuerliche Risiken vermeiden.

Verkaufstraining für Frauen

Weiblich, professionell, abschlussstark

Anbieter: Modul-Training
Datum: 12.09.2018 – 13.09.2018
Ort: Köln
Preis: 1.059,10 €
Anmeldung: goo.gl/3q5zY3

Speziell im Vertrieb erweisen sich die besonderen Stärken der Frauen als Erfolgsmerkmal. Empathie und vertrauensbasiertes Verkaufen sind mehr denn je in der heutigen digitalen Verkaufswelt gefragt.

Grundlagen der befristeten Auslandsbeschäftigung

Anbieter: Deutsche Gesellschaft für Personalführung
Datum: 17.09.2018 – 21.09.2018
Ort: Köln
Preis: 2.350,00 €
Anmeldung: goo.gl/CQLhi7

Sie erhalten umfassende Informationen, um Auslandseinsätze von Mitarbeitern zu Erfolgsgeschichten werden zu lassen.

Erfolgreiches Selbstmarketing für Intros und Extros

Das eigene Profil schärfen, sichtbar werden und Potenziale einbringen

Anbieter: Akademie für Führungskräfte der Wirtschaft
Datum: 19.09.2018 – 21.09.2018
Ort: Köln
Preis: 1.999,20 €
Anmeldung: goo.gl/iXu5i5

Setzen Sie Ihre Stärken intelligent und gezielt ein. Treten Sie authentisch und überzeugend auf. Dieses Seminar zeigt Ihnen, wie Sie modernes Marketing auf sich selbst anwenden.

Veranstaltungsmanagement/Eventmanagement

Anbieter: SEMINAR-INSTITUT
Datum: 24.09.2018 – 25.09.2018
Ort: Köln
Preis: 1.416,10 €
Anmeldung: goo.gl/1LD1nz

Sie werden in die Grundlagen des Veranstaltungsmanagements von Planung bis zur abschließenden Analyse eingeweiht.

Crashkurs englischsprachige Verträge

Rechtssicher gestalten und optimieren

Anbieter: Haufe Akademie
Datum: 26.09.2018
Ort: Köln
Preis: 940,10 €
Anmeldung: goo.gl/53tNzh

Internationale Geschäfte werden häufig mit Verträgen in englischer Sprache getätigt. In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie durch entsprechende Vorbereitung Komplikationen vermeiden können.

Informationsabend „Business Coach IHK“ in Köln

Anbieter: Akademie für Coaching, Gesundheit und Führung
Datum: 27.09.2018
Ort: Köln
Preis: gratis
Anmeldung: goo.gl/Q5pxhE

Am 25. Oktober 2018 beginnt die 12. Weiterbildung zum „Business Coach IHK“ in Köln, bei welchem die Teilnehmer Kenntnisse erwerben, um Coachings durchzuführen.
Während dieses Infoabends erfahren Sie alles Wissenswerte.

Das richtige Maß finden

Selbstbewusste Wege aus der Perfektionismusfalle

Anbieter: Haufe Akademie
Datum: 04.10.2018 – 05.10.2018
Ort: Köln
Preis: 1.713,60 €
Anmeldung: goo.gl/qvwDFV

Halten Sie sich manchmal mit Dingen auf, um ja keinen Fehler zu machen? Muss bei Ihnen alles zu 120 Prozent funktionieren? Erfahren Sie, wie Sie sich selbst aus dieser Perfektionsfalle befreien und gelassener werden.

Minijobs, Aushilfen, Werkstudenten und ältere Beschäftigte

Nachforderungen und Haftungsrisiken vermeiden!

Anbieter: Haufe Akademie
Datum: 08.10.2018
Ort: Köln
Preis: 821,10 €
Anmeldung: goo.gl/uCHM6Y

Dieses praxisbezogene Seminar informiert Sie darüber, wie Sie Fehler bei der versicherungs- und steuerrechtlichen Beurteilung dieser Personengruppe vermeiden.

Bewerberauswahl/Personalauswahl mit strukturierten Interviews

Anbieter: Selectes
Datum: 08.10.2018 – 09.10.2018
Ort: Köln
Preis: 1.654,10 €
Anmeldung: goo.gl/wxxozv

Dieses Seminar beschreibt den gesamten Auswahlprozess von Anforderungsprofil bis Bewerbermanagement und gibt einen Leitfaden zur Erstellung eines strukturierten Interviews.

Gesundheit und Wohlbefinden der Generation 50plus

Potenziale – Leistung – Perspektive

Anbieter: Jung Team
Datum: 08.10.2018 – 09.10.2018
Ort: Köln
Preis: 589,05 €
Anmeldung: goo.gl/qQ4LSJ

In dieser Veranstaltung können sich Berufs- und lebenserfahrene Beschäftigte im Rahmen ihres persönlichen Gesundheitsmanagements mit ihren persönlichen Ressourcen und Entwicklungsmöglichkeiten auseinandersetzen.

IMMER UP TO DATE
www.diewirtschaft-koeln.de

SERIE: EVENT-LOCATION

DESIGN OFFICES KÖLN DOMINIUM

9.300 m² „New Work"-Atmosphäre

Fotos: © Design Offices GmbH

Coworking Spaces, Büros in verschiedenen Größen, Event- und Konferenzflächen – alles verbunden mit moderner Technologie und umfassendem Service. Design Offices ist einer der Pioniere der „New Work"-Welt und findet mit einer innovativen Raumkonzeption Antworten auf die Anforderungen der neuen Arbeitskultur. Im Herzen der Domstadt eröffnete 2018 nun der zweite Standort. Hier gibt es Raum für kreatives Schaffen und inspirierende Events.

Exklusive Lage und Architektur

Das Dominium-Ensemble an der Ecke Tunisstraße/Komödienstraße mit seinem begrünten Innenhof, den Loggien und den Dachterrassen mit Domblick, ist eine städtebauliche Meisterleistung. Die Verbindung des neoklassizistischen Baus mit einem modernen Komplex geht zurück auf den renommierten Architekten Professor Hans Kollhoff und hat das Quartier zu einem exklusiven Standort für Unternehmen aufgewertet. Mit dem „Design Offices"-Standort stehen so Arbeitslandschaften auf neun Etagen mit flexiblen Coworking-Bereichen, multifunktionalen Meetingräumen und besonderen Eventflächen zur Verfügung.

Agilität: Maximale Flexibilität für Office Space, Konferenzen oder Netzwerk-Events

Die Coworking-Lobby im Eingangsbereich ist Treffpunkt für Networking, Ausgangspunkt für erfolgreiche Workshop-Tage und Veranstaltungsfläche für bis zu 200 Personen. Platz für größere Tagungen, Seminare oder Barcamps bietet die Meeting-Arena mit Zugang zum Innenhof. Diese lässt sich mit den Workshop-Räumen in der ersten Etage und dem Work Lab kombinieren, die sich für Kreativitätstechniken wie Design Thinking eignen, aber auch für Team-Breakouts. Die beiden Dachterrassen im neunten Stock mit Blick auf den Dom und angrenzender Lounge bieten die Kulisse für Veranstaltungen, die bleibenden Eindruck hinterlassen – oder laden nach der Arbeit in den Office Spaces zum Start in den Feierabend ein. Die Location bietet dazu ein umfangreiches Serviceangebot inklusive Catering, Event-Technik und moderner digitaler Infrastruktur.

Mit Angeboten für Coworker auf der Suche nach einer kreativen und inspirierenden Umgebung, für Projektteams mit Bedarf an einem motivierenden Arbeitsumfeld „out of the Box" oder für Veranstalter, die den Flair des New Work für ihr Event suchen: Viele Zielgruppen finden hier, was sie benötigen.

Kreativer "New Work" – Flair für exklusive Events

Das „Design Offices"-Konzept, das Arbeitswelten und sozialen Austausch auf Veranstaltungen verschmelzen lässt, geht von einer Annahme aus: Je glücklicher der Einzelne in seinem Job ist, desto größer ist der Erfolg von allen gemeinsam. Diese Atmosphäre ist eine Besonderheit und für Corporate Events, Workshops, Tagungen und Kongresse eine spannende Option. Dass das Modell funktioniert, hat der Betreiber der Location bereits oft bewiesen: Mit mehr als 24 Standorten deutschlandweit wächst Design Offices seit der Gründung 2008 stetig.

Prestigeträchtige Adresse in Domnähe

Im Bankenviertel am Römerturm und an der Dominikanerkirche St. Andreas gelegen, ist der Standort eine repräsentative Adresse in bester Lage, um die Vorzüge der Stadt zu genießen. Der Dom ist fußläufig erreichbar und auch die KVB-Haltestelle Appellhofplatz ist lediglich 280 Meter entfernt. Über den Hauptbahnhof besteht Anschluss an den Fernverkehr sowie die internationalen Flughäfen der Region (z. B. Köln/Bonn, 19 km Entfernung). Die Anreise mit dem PKW ist über die Nord-Süd-Fahrt möglich und Autostellplätze sind im Haus sowie in den umliegenden Parkhäusern verfügbar.

ⓘ Weitere Infos unter:
www.designoffices.de,
Design Offices Köln Dominium,
Tunisstraße 19–23, 50667 Köln

In Zusammenarbeit mit unserem Kooperationspartner Cologne Convention Bureau (*www.locations.koeln*) präsentiert Ihnen DIE WIRTSCHAFT in jeder Ausgabe eine andere Event-Location aus Köln und der Region.

Machen ist einfach.

Wenn man einen Partner hat, der Investitionen schnell und kompetent begleitet: 2-Minuten-Zusage

Deutsche Leasing

2-minuten-zusage.de

Wenn's um Geld geht

Sparkasse KölnBonn

designfunktion

designfunktion für Ströer

Wirksame Büro- und Arbeitswelten.

designfunktion für den KÖ-Working Space im Rahmen der Startup Woche in der Deutschen Bank in Düsseldorf. Flexibles, hoch individuelles und modernes Co-Working für die Zukunft. Mehr dazu auf *www.designfunktion.de*

designfunktion · Sandkaule 9–11 · 53111 Bonn

Einrichtungspartner

COR · OBJECT CARPET · vitra. · Interface modular flooring