

NEU ORDNER

SO GESTALTEN KÖLNER UNTERNEHMEN
DIE ENERGIEWENDE



Anders Jensen
Chief Technology Officer NKT

www.koeln.business

NEU ORDNEN

„Das haben wir schon immer so gemacht“ – diese Einstellung passt heute weniger denn je. Denn wir leben, wir wirtschaften mitten im Wandel. Hier kann es keinen Platz mehr geben für Skepsis, für Zögern, für Abwarten. Die digitale und nachhaltige Transformation ist eine Realität, in der wir unser Wirtschaften neu definieren, neu denken müssen. Unternehmen weltweit stehen vor komplexen Herausforderungen: Sie müssen ihre Effizienz steigern, technologische Innovationen vorantreiben und zugleich Ressourcen schonen. Diese Aufgaben können übermächtig wirken, sie bergen aber auch die Chance, neue Wachstumspfade zu entdecken und Geschäftsmodelle grundlegend zu verändern.

Viele Kölner Unternehmen haben das erkannt. Sie denken um, ordnen sich neu, nutzen den Wandel für sich. In dieser Ausgabe von *usp köln* geben wir ihnen Raum – den Mutigen und Neuordnern.

KÖLNER UNTERNEHMEN STELLT WEICHEN FÜR DIE ENERGIEWENDE

Einer dieser Neuordner ist das dänische Unternehmen NKT. An seinem Kölner Standort produziert es einen Großteil der Kabel, die Windstrom aus Norddeutschland in den Süden und Solarstrom in die umgekehrte Richtung transportieren. Damit stellt es die Weichen für eine der größten Transformationen unserer Zeit, das Megaprojekt Energiewende, und schafft eine Grundlage für nachhaltiges Wirtschaften. Mit Anders Jensen, Executive Vice President und Chief Technology Officer von NKT, habe ich über diesen Rekordauftrag für

das Unternehmen gesprochen. Er sagt: „Ohne unsere Kabel kann die Energiewende nicht funktionieren.“

EFFIZIENZ AUF KNOPFDRUCK

Ordnung in digitale Prozesse bringt das Kölner Startup ONIQ. Mit zunehmender Vernetzung werden die Fertigungsstraßen in der Industrie immer komplexer. Mit seinen Softwarelösungen und der digitalen Abbildung des gesamten Produktionsablaufs hilft das Startup Unternehmen, ihre Prozesse zu optimieren. Damit steht es für eine Boombranche, die das Potenzial hat, nahezu jeden Industriezweig zu revolutionieren.

HELDINNEN IM HANDWERK

Eine Revolution im Kleinen hat Carina Straub angestoßen, als sie in dritter Generation die Geschäftsführung des Kölner Handwerksbetriebs Abfluss-AS übernahm. Mit einer cleveren Marketingstrategie, ihren „Rohrreinigungshelden“ auf Social Media und Lastenfahrrädern für den Einsatz in der Innenstadt, behauptet sich Abfluss-AS heute mehr denn je in einem traditionellen Geschäftsfeld.

Es sind Geschichten wie diese, die eines zeigen: Kölner Unternehmerinnen und Unternehmer gehen bei der Transformation voran. Sie unterstützen andere dabei und erfinden sich selbst neu, um im Wettbewerb zu bestehen. Lassen Sie sich davon inspirieren. Lassen Sie uns gemeinsam den Wandel gestalten.



Ihr Dr. Manfred Janssen
*Geschäftsführer der
KölnBusiness Wirtschaftsförderung*

KÖLNS UNIQUE SELLING POINTS

*Kabel für die Energiewende:
Anders Jensen, NKT*



06

AKTUELLES

News vom Kölner Wirtschaftsstandort

SCHWERPUNKT NEU ORDEN

08

STADT IM WANDEL

MesseCity Köln verbindet Nachhaltigkeit und Urbanität

16

ESSAY

Der Wandel braucht Leitfiguren

11

NACHGEFRAGT

MesseCity-Geschäftsführer Volker Comelli

17

ENERGIEWENDE MADE IN KÖLN

So gestalten Kölner Unternehmen eine grüne Zukunft

12

CITY DER ZUKUNFT

Wie sich Kölns Einkaufsstraßen verändern

20

BEI HOCHSPANNUNG VORN

CTO Anders Jensen über NKTs Schlüsselrolle beim Umbruch

13

NACHGEFRAGT

KölnBusiness-Geschäftsführer Dr. Manfred Janssen

24

WÄRMEPUMPE XXL

Ein Megaprojekt für die RheinEnergie – und ganz Köln

26

VOLL VERNETZT

Wie NetCologne für schnelle Glasfaserverbindungen sorgt

28

DIGITALER ZWILLING

Startup ONIQ revolutioniert Produktionsprozesse



Stadt im Wandel: die MesseCity Köln

30 ROHRREINIGUNGSELDINNEN

Handwerksbetrieb Abfluss-AS stellt sich neu auf

32 WAS WAR IHRE MUTIGSTE ENTSCHEIDUNG?

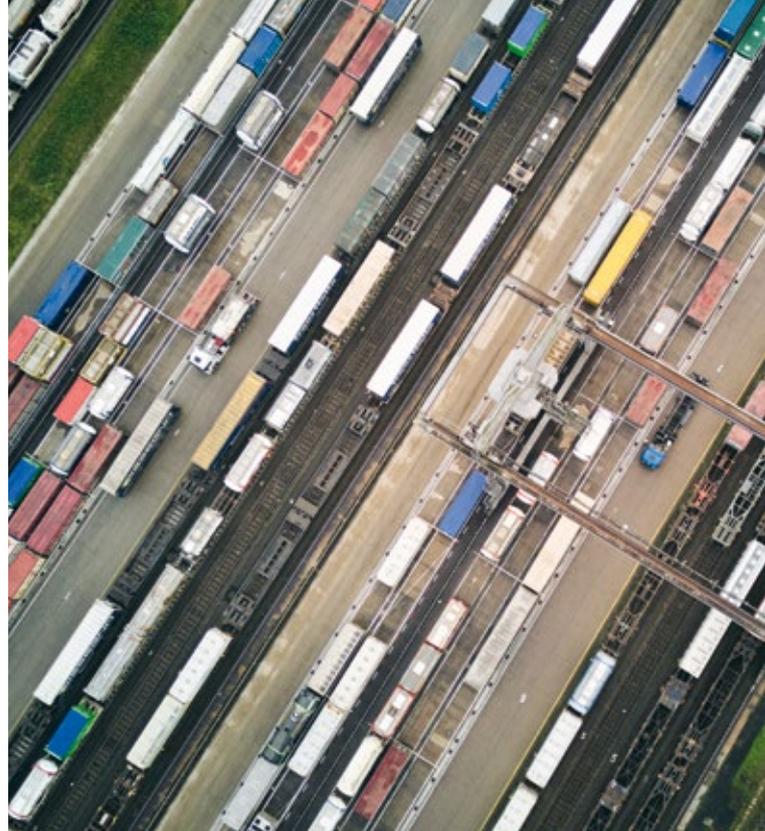
Kölner Firmen auf dem Weg zur Ressourceneffizienz

34 KÖLN SCHAFFT ORDNUNG

Vier Unternehmen, die zeigen, wie es geht

36 FOTOREPORTAGE

Das Eifeltor zur Welt



Güterverkehrszentrum Eifeltor

42 FOKUS FORSCHUNG 47

Der Chatbot als Coach

AUF DER SUCHE NACH DEM PULS

20 Jahre c/o pop

44 SPORTSTADT KÖLN 50

Die heimliche Macht am Rhein

FOTOALBUM

Zeitreise mit LANXESS-arena-Chef Stefan Löcher

46 NACHGEFRAGT 54

Handball-Weltmeister Heiner Brand

PAUSENAUFSICHT

Der Schreibtisch des Dombaumeisters Peter Füssenich



Von Startup bis Ligazentrale: der Sportstandort Köln

56 BUSINESSLUNCH

Pottkind empfiehlt: Augustin



c/o-pop-Macher*innen:
Elke Kuhlen und Ralph Christoph

KURZ GEFASST

AKTUELLES

222
000
000

EURO IM JAHR 2023
FÜR START- UND SCALEUPS

MUSEUM MIT STRALKRAFT

In Köln-Kalk soll auf mehreren Tausend Quadratmetern das „Haus der Einwanderungsgesellschaft“ entstehen. Dort wollen die Initiatoren zeigen, wie Migration die deutsche Geschichte und Gesellschaft geprägt hat. Gefördert wird das Mammutprojekt von der Stadt Köln, dem Land Nordrhein-Westfalen und dem Bund. In Auftrag gegeben hat es der Verein Dokumentationszentrum und Museum über die Zuwanderungsgeschichte in Deutschland, kurz DOMiD. Er wurde 1990 gegründet und verfügt heute über eine einzigartige Sammlung von mehr als 150.000 Zeitzeugenberichten.

www.domid.org



NEUER CAMPUS FÜR PRODUKTION UND GESTALTUNG

Seit Anfang 2024 ist die machwerkhaus köln GmbH unter der Leitung von Geschäftsführer Frank Zumbruch Mieterin des ehemaligen Technikhofs in Köln-Kalk. Das neue machwerkhaus wird ein Zentrum für urbane Produktion und Design, es bietet Raum für kreative Unternehmen in allen Phasen. Der Campus-Charakter soll branchenübergreifende Synergien schaffen. Die offizielle Eröffnung ist noch für dieses Jahr geplant – ein wichtiges Signal für den Strukturwandel in Kalk und ein neuer Hotspot für die Kölner Kreativwirtschaft.

www.koeln.business

DIGITALTAG KÖLNER UNTERNEHMEN

Am 11. Juni wird Köln zum Treffpunkt für digitale Innovationen: Der Digitaltag Kölner Unternehmen bietet eine einzigartige Plattform für alle, die in der digitalen Wirtschaft ganz vorn mit dabei sein wollen. Organisiert von KölnBusiness, der Industrie- und Handelskammer zu Köln, der Handwerkskammer zu Köln und dem Mittelstand-Digital Zentrum Rheinland erwartet die Teilnehmer*innen ein Tag voller Fachvorträge und Workshops, der keine Frage zur Digitalisierung offenlässt.

www.digitaltag-koelner-unternehmen.de

STARTUP-STANDORT BLEIBT STABIL

Köln bleibt für Startups wie Scaleups nach wie vor ein attraktiver Heimatort. Allein 2023 sind fast 70 junge Unternehmen dazugekommen, womit die Stadt nun mehr als 730 Start- und Scaleups zählt. Trotz einer allgemeinen Finanzierungskrise haben die jungen Firmen im vergangenen Jahr knapp 222 Millionen Euro eingesammelt – ein Plus von etwa 35 Prozent. Auch die Entwicklung vom Start- zum Scaleup verläuft bei Kölner Unternehmen sehr positiv: Die Zahl der Scaleups hat sich gegenüber 2021 verdoppelt.



STADT IM WANDEL

AM DEUTZER BAHNHOF EINMAL UM DIE WELT

Auf rechtsrheinischer Seite entsteht die MesseCity Köln. Sechs Neubauten, Plätze, Gassen und mehrere Restaurants werden ein neues Geschäftsviertel bilden, das moderne Architektur, nachhaltige Entwicklung und urbanes Lebensgefühl verbindet.





SAINT-LAZARE: BÜRO UND BISTRO UNTER EINEM DACH

Eine gläserne, überdachte Brücke führt vom Millennium & Piccadilly zum Gebäude Saint-Lazare – so heißt ein wichtiger Bahnhof in Paris. Neben Büros der Zurich Versicherung und des Kautschuk-Herstellers ARLANXEO befindet sich in Saint-Lazare das italienische Restaurant L'Osteria.

Bürofläche: 24.500 Quadratmeter

MILLENNIUM & PICCADILLY: WEITBLICK INKLUSIVE

Die beiden nach berühmten Bahnhöfen in Chicago und London benannten Gebäude liegen im westlichen Teil der MesseCity. Mieter des Ensembles mit seinem 60 Meter hohen Turm ist die Zurich Versicherung.

Bürofläche: 42.000 Quadratmeter



CENTRAAL: WO KÖLN AUF AMSTERDAM TRIFFT

Voraussichtlich Ende 2024 wird mit dem Centraal, benannt nach dem Amsterdamer Hauptbahnhof, das zweite 60 Meter hohe Gebäude der MesseCity fertiggestellt. Exklusivmieter der Büroimmobilie ist die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG.

Bürofläche: 19.700 Quadratmeter



ROSSIO: MARKANTER ABSCHLUSS DER MESSECITY

Rosso ist der Name eines Lissabonner Bahnhofs. Das Bürogebäude mit seiner Klinkerfassade im östlichen Teil der MesseCity wird voraussichtlich 2025 bezugsfertig sein und die Entwicklung des Quartiers abschließen. Zu den Besonderheiten zählen zwei begrünte Innenhöfe und mehrere Dachterrassen.

Bürofläche: 26.000 Quadratmeter

Verfügbare Mietflächen: ab 800 Quadratmeter



MESSEBALKON: TREFFPUNKT UNTER FREIEM HIMMEL

Der Messebalkon ist der Mittelpunkt der MesseCity. Dort befinden sich die große Freitreppe und der verglaste Pavillon mit dem Restaurant The ASH. Der Messebalkon verbindet den Bahnhof Köln/Deutz direkt mit dem Südeingang der Koelnmesse. Unmittelbar daneben liegt das Gebäude Southern Cross. Es ist nach dem Bahnhof im australischen Melbourne benannt und beherbergt ein Motel One sowie ein Adina Apartment Hotel.

„DIE MESSECITY STÄRKT DAS RECHTSRHEINISCHE“

Die MesseCity Köln ist ein Joint Venture von STRABAG Real Estate, der Immobilienentwicklerin des STRABAG Konzerns, und ECE Work & Live. Volker Comelli, Geschäftsführer der MesseCity Köln bei STRABAG, über das gemeinsame Großprojekt am Deutzer Bahnhof.

Herr Comelli, mit einem Investitionsvolumen von 750 Millionen Euro ist die MesseCity Köln eine der größten Projektentwicklungen Kölns. Was ist das Besondere an diesem Projekt?

Die MesseCity ist nicht nur ein Ort zum Arbeiten, sondern auch für Freizeit und Erholung. Mit der großen Freitreppe, dem Pavillon oder dem Gebäude Saint-Lazare, das sowohl Büroflächen als auch das Restaurant L'Osteria beherbergt, schaffen wir ein Umfeld, das die Balance zwischen Berufs- und Privatleben unterstützt.

Fertigstellung: 2025/26

Gesamtfläche: 135.000 Quadratmeter

Arbeitsplätze: rund 6.000

Projektentwickler: STRABAG Real Estate GmbH und ECE Work & Live GmbH & Co. KG



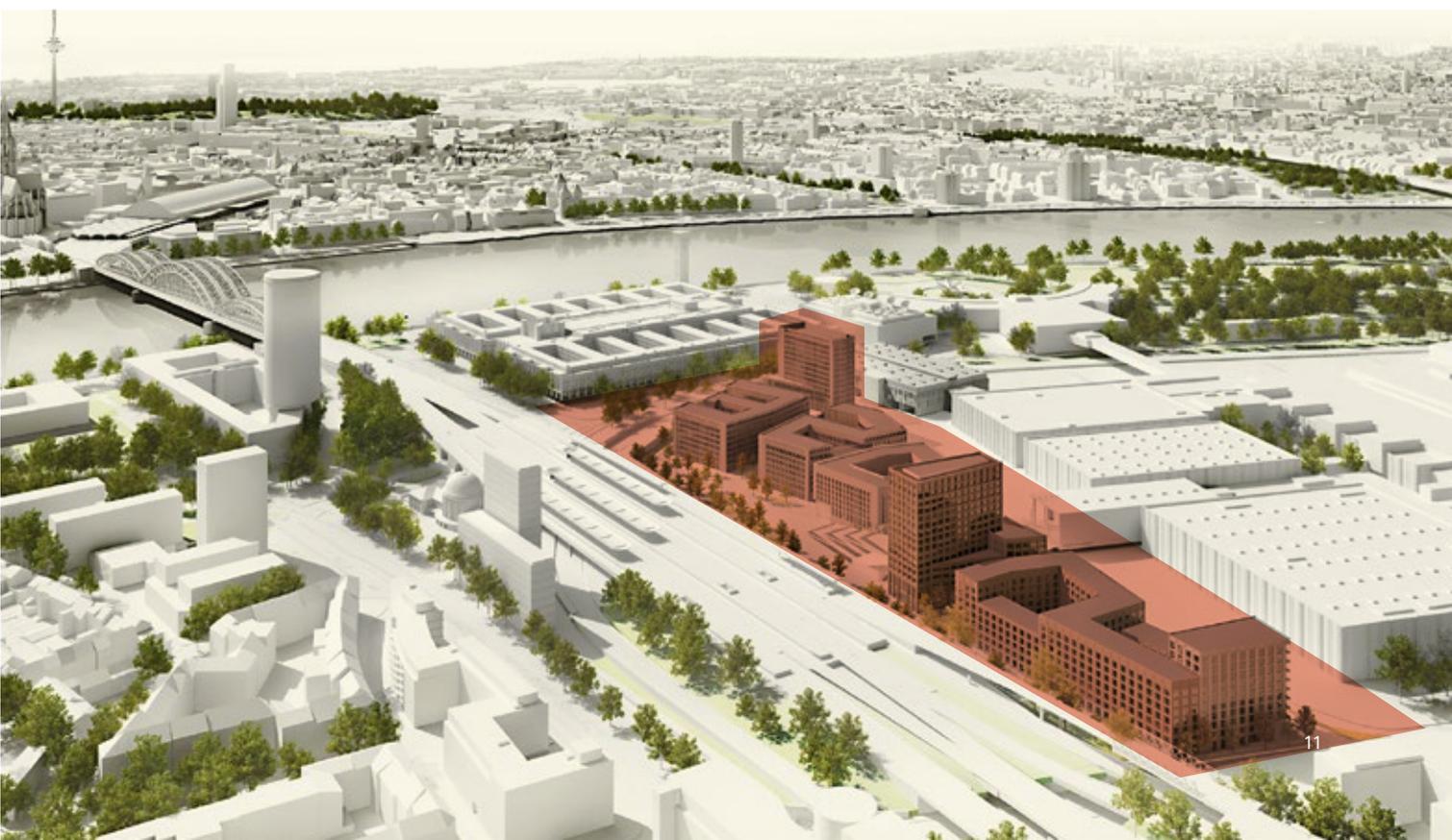
Volker Comelli

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit im Entwicklungskonzept?

Die Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Grundsatz der MesseCity Köln. Das spiegelt sich in der Auswahl der Materialien, im Energiekonzept und in der Gestaltung der öffentlichen Räume wider. So erfüllen beispielsweise die Gebäude die ESG-Kriterien und verfügen über eine Gold-Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen. Hohe soziale, ökologische und energetische Standards sind garantiert.

Welche Bedeutung hat die MesseCity für die Stadt Köln?

Die MesseCity ist ein Leuchtturmprojekt für Köln. Sie bereichert das Stadtgefüge maßgeblich und stärkt mit Raum für mehrere Tausend Arbeitsplätze das Rechtsrheinische als Bürostandort. Im Gesamtkonzept mit den gastronomischen Einrichtungen ist die MesseCity ein lebendiges Quartier, das die urbane Lebensqualität in Köln erhöht.



URBANE PIONIERE: MISCHKONZEPTE EROBERN DIE STADT



MANTELHAUS: IKONE DER 50ER-JAHRE ERFINDET SICH NEU

Auf der Hohe Straße erfährt das Mantelhaus Goertz eine umfassende Umgestaltung. Das teilweise denkmalgeschützte Gebäude aus den 1950er-Jahren mit seiner charakteristischen Fassade und dem Treppenhaus wird zu einem modernen Büro- und Geschäftshaus umgebaut. Im Zuge der Sanierung kommen anderthalb Geschosse hinzu. Dadurch entsteht Raum für eine großzügige Dachterrasse mit 300 Quadratmetern und ein Staffelgeschoss, das sich ideal für eine Bar oder ein Café eignet. Die Fertigstellung des zukunftsweisenden Projekts des Immobilienentwicklers ehret+klein ist für das Jahr 2025 geplant.

FREIZEIT IN DER INNENSTADT: BOULDERHALLE TRIFFT EINZELHANDEL

Der Investor Aachener Grundvermögen baut das ehemalige Kämpgen-Haus in der Schildergasse 70 zu einem Freizeitparadies um: Auf drei Etagen entsteht Kölns erste innerstädtische Boulderhalle „Element Boulders“. Das Konzept wurde bereits in Städten wie München, Essen und Kassel erfolgreich realisiert. Im Erdgeschoss ist weiterhin klassischer Einzelhandel zu finden, aktuell das Zalando-Outlet.



GESCHÄFTSHAUS AM HEUMARKT: NACHHALTIG IN PLATIN

Am Heumarkt 55, Ecke Gürzenichstraße, entsteht ein Büro- und Geschäftshaus der Kapitalverwaltungsgesellschaft Hansainvest Real Assets. Das von Thomas Kröger Architekten entworfene Gebäude verfügt über 6.000 Quadratmeter Mietfläche. Das Grundstück hat eine Größe von 1.500 Quadratmetern. Der Hochbau soll 2025 beginnen, die Fertigstellung ist für 2027 geplant. Im Erdgeschoss sind Einzelhandel und Gastronomie vorgesehen, in den Obergeschossen Büros. Nachhaltigkeit wird großgeschrieben, unter anderem mit Ladestationen für E-Bikes, Begrünung und einer Fotovoltaikanlage. Das Gebäude strebt eine Platin-Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen an.

NACHGEFRAGT

„UNSERE EINKAUFSTRASSEN WERDEN SICH VERÄNDERN“

Dr. Manfred Janssen, Geschäftsführer der KölnBusiness Wirtschaftsförderung, über innovative Innenstadtkonzepte und den Unterschied zwischen Köln und dem Rest der Republik.

Herr Dr. Janssen, die deutschen Innenstädte befinden sich im Strukturwandel. Wie steht es um die Kölner Einkaufsstrassen?

Die Schildergasse zählte 2023 knapp 22 Millionen Besucher, die Hohe Straße rund 16 Millionen. Damit gehören sie zu den zehn meistbesuchten Einkaufsstrassen Deutschlands. Gleichzeitig sehen wir aber auch: Die Kundinnen und Kunden wünschen sich ein abwechslungsreicheres Angebot und eine höhere Aufenthaltsqualität in der Innenstadt. Das heißt, unsere Einkaufsstrassen werden sich verändern.

Was bedeutet das für den Einzelhandel?

Der Einzelhandel macht derzeit 77 Prozent des Angebots in den Toplagen aus. Er ist und bleibt der Kern der Innenstädte. Hinzu kommen jedoch innovative Konzepte aus Gastronomie, Dienstleistung, Freizeit und Kultur. Die Einzelhändler stehen vor großen Herausforderungen. Neben dem Strukturwandel sind es der Fachkräftemangel, die Onlinekonkurrenz und die finanziellen Belastungen. Wir sehen in Köln aber auch, dass

die Leerstandsquote im Vergleich zu anderen Städten sehr gering ist: Nur 6,6 Prozent der Ladenlokale in der Innenstadt sind augenscheinlich frei. Seit 2022 ist der Wert marginal um 0,1 Prozentpunkte oder sieben Läden gestiegen. Das zeigt eine Erhebung, die wir im Oktober und November 2023 durchgeführt haben. Übrigens: Auch wenn ein Ladenlokal leer zu stehen scheint, kann es bereits wieder vermietet sein.

Welches Angebot macht KölnBusiness, um Einzelhändler zu unterstützen?

Wir arbeiten gemeinsam mit Stadtverwaltung, Politik, Immobilienwirtschaft und Gewerbetreibenden daran, dass die Kölner Innenstadt attraktiv bleibt. Dafür hat KölnBusiness im Jahr 2023 rund 400.000 Euro für die Stärkung der Innenstadt und der Veedel zur Verfügung gestellt. Unser fünfköpfiges Team Einzelhandel & Citymanagement unterstützt Einzelhandel, Gastronomie und Interessengemeinschaften dabei, neue, ansprechende Konzepte zu etablieren, um mehr Menschen in die Einkaufsstrassen zu holen.

NEU ORDNEN

[Etwas, was Bestandteil einer bestimmten
Menge ist, in einer bestimmten Weise
in eine bestimmte, für das Genannte vorgesehene
Reihenfolge, Lage o.Ä. bringen]

Duden





ESSAY

DER WANDEL BRAUCHT LEITFIGUREN

Die deutsche Wirtschaft steht vor der größten Transformation der vergangenen 70 Jahre. Um diesen Umbruch zu meistern, brauchen die Menschen von den Führungskräften der Wirtschaft zweierlei: Halt und Zuversicht.

Ein Essay von Frank Quiring, Diplom-Psychologe und Mitglied der Geschäftsführung des rheingold Instituts

Unternehmen in Deutschland leben in einer Umbruchszeit. Die Coronapandemie hat die Arbeitswelt auf den Kopf und der Krieg Russlands gegen die Ukraine die Sicherheit der Energieversorgung kurzfristig infrage gestellt. Die bröckelige Infrastruktur von Schiene und Straße drückt auf die ohnehin gedämpfte Stimmung. Die Bürgerinnen und Bürger und auch die Unternehmen, das zeigen qualitative Studien, sind durch diese multidimensionalen Krisen stark verunsichert. Es fehlt ihnen an Orientierung, Zuversicht und nicht zuletzt an Hoffnung, dass es in Zukunft besser wird.

Ausgerechnet in dieser schwierigen Stimmungslage muss Deutschland wichtige Transformationen vorantreiben. Dazu gehören die Digitalisierung der Wirtschaft, der Umbau hin zu einer nachhaltigen Industrie und natürlich das Großprojekt Energiewende. Letztere gilt als enorm wichtig, ihre Ausgestaltung als entscheidend für die Zukunft der Bundesrepublik.

KANN ICH MIR DIE ZUKUNFT NOCH LEISTEN?

Viele Menschen und Unternehmen verbinden mit einem solchen Umbruch aber auch existenzielle Fragen. Kann ich mir die Zukunft noch leisten? Was bedeutet das alles für mein Wirtschaften? Und wo stehen wir als Unternehmen in dieser Umbruchszeit, in der eine neue Ordnung höchstens in Konturen erkennbar ist?

Wenn vieles unklar ist und der eigene Einfluss auf die Veränderung unterschätzt wird, ruft das ein Gefühl der Ohnmacht hervor. Viele Menschen und auch Führungskräfte in den Unternehmen wissen schlicht nicht, wo sie anfangen sollen, weil ihnen klare Leitplanken der Politik fehlen. Sie sind in ihrem Handeln gelähmt, weil die menschlichen Grundbedürfnisse nach Halt, Orientierung und Zuversicht nicht (mehr) beantwortet werden. Es ist essenziell für die Bürgerinnen und Bürger und für die Unternehmerschaft unseres Landes, diese Bedürfnisse anzusprechen: mit klarer Kommunikation und verlässlichen Aussagen.

Gleichzeitig braucht es Leitfiguren in der Wirtschaft, die Zuversicht vermitteln. Macherinnen und Macher, die vorangehen und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern klar kommunizieren, wo ihr Unternehmen im nächsten Jahr, in drei und in fünf Jahren stehen wird.

VISIONEN GREIFBAR MACHEN

Menschen brauchen konkrete Zahlen und Beispiele. An ihnen können sie sich festhalten und Zuversicht erleben. Wenn ein Unternehmen zum Beispiel sein Geschäftsmodell im Zuge der Transformation umstellt, helfen klar benannte Erfolge und konkret greifbare Visionen dabei, die Menschen mitzureißen: „Der Aufbau dieser Sparte beschert uns 200 neue Stellen für Zukunftsjobs“ oder auch „Unsere Firma konnte mit einer Nachhaltigkeitsmaßnahme einen zusätzlichen Erlös erzielen und dadurch 150 Bäume pflanzen“. Das klingt banal, doch es ist wichtig, dass Politik und Unternehmen nicht den Verzicht predigen, sondern den Mehrwert. Das beflügelt nicht nur die Menschen, sondern auch die Transformation.

Eine greifbare Vision mit konkreten, transparenten und verlässlichen Schritten: Das braucht es, um den Menschen Halt und Zuversicht in die Transformation zu geben. Das kann eine ungeahnte Dynamik auslösen. Dann spricht in Deutschland niemand mehr von Krise, sondern von Aufbruch. Dann wird aus der sorgenvollen Umbruchszeit eine hoffnungsvolle neue Ordnung.



Frank Quiring ist einer der führenden Meinungsforscher Deutschlands. Mehr als 100 Psycholog*innen forschen für rheingold zu den wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit. Für usp ist Frank Quiring exklusiv der Frage nachgegangen, wie die Transformation in Deutschland gelingen kann.

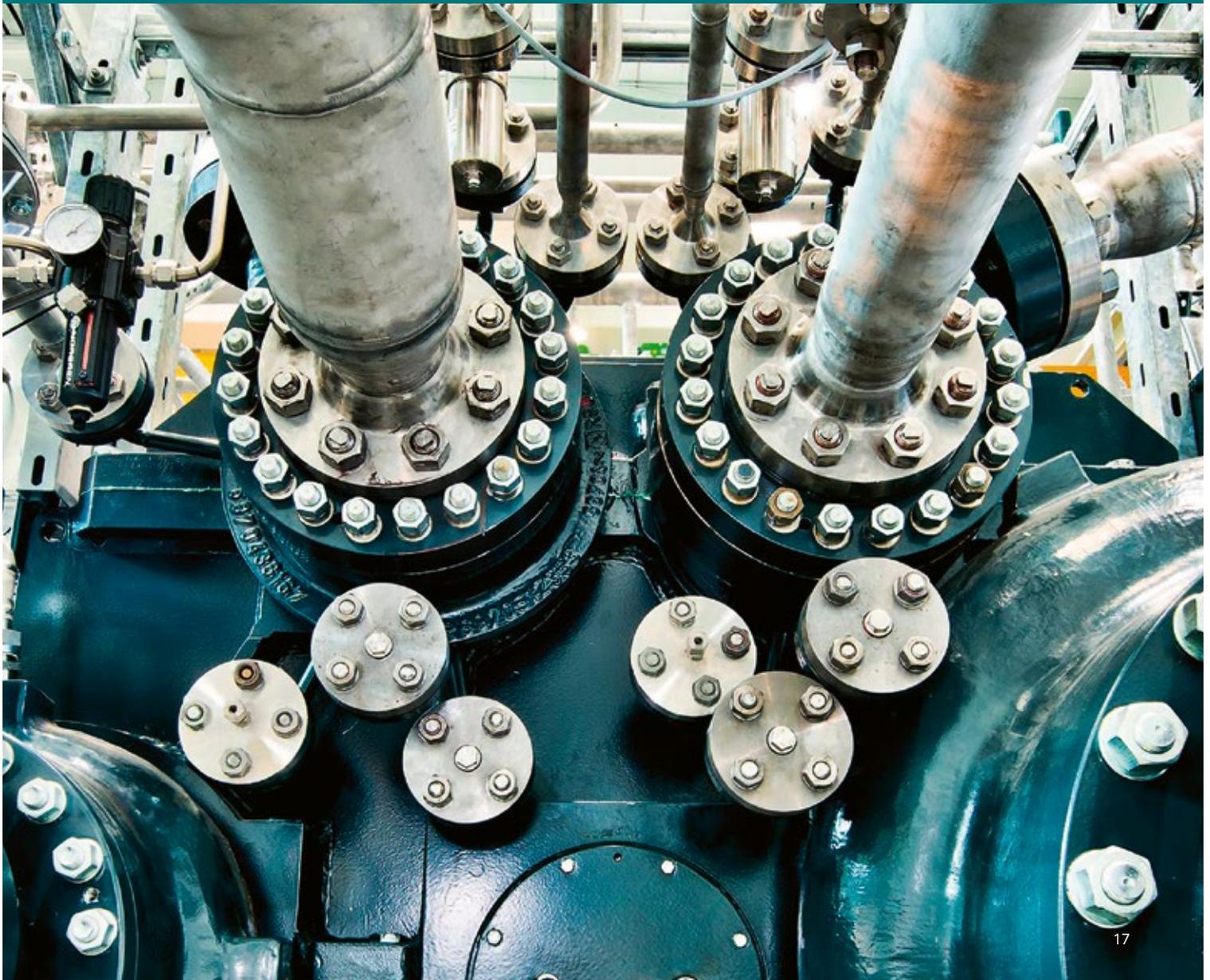
FEATURE

ENERGIEWENDE MADE IN KÖLN

**Deutschland soll bis 2045 klimaneutral werden. Eine Riesenaufgabe, viele Baustellen.
Doch einige Lösungen sind vielleicht näher als gedacht.
Eine Tour durch Köln zu denen, die an die Wende glauben und an ihr arbeiten.**

Wo entscheidet sich die Zukunft der Energiewende? Für die einen bei den großen Klimakonferenzen. Für manche sind neue Gesetze am wichtigsten, und wieder andere setzen auf Flüssig-gasterminals und Stromtrassen von Nord- nach Süddeutschland. Doch am Ende fällt die Entscheidung direkt vor Ort. Denn

ob die Transformation hin zu einer umwelt- und klimafreundlichen Wirtschaft gelingt, hängt nicht von einer Entscheidung, einem Ort oder einer Technologie ab. Sie hängt davon ab, dass Menschen in den Städten vorangehen. Und wer durch Köln reist, trifft viele davon.



ATLAS COPCO ENERGAS

Sürth



Daniel Springmann

Der Industriekonzern mit schwedischen Wurzeln ist im Energiesektor omnipräsent. In Kraftwerken, Pipelines, bei der Wasserstoffproduktion, der Energie- und der CO₂-Speicherung: Überall ist Atlas Copco Energas beteiligt. Im Kölner Süden sitzt der Unternehmensteil, der sich auf Kompressortechnik fokussiert.

Geleitet wird der Standort von Geschäftsführer Daniel Springmann. Er listet auf, wo Atlas-Copco-Technologie zum Klimaschutz beiträgt: „Unsere Kompressoren und Expansionsturbinen werden traditionell in der Herstellung von Industriegasen eingesetzt. Sie finden aber auch mehr und mehr Anwendung im Bereich der Energie- und Wärmewende, also bei der Dekarbonisierung. Wir sprechen hier von industriellen Wärmepumpen oder Anlagen zur CO₂-Speicherung.“ Auch beim Transport von flüssigem Wasserstoff zwischen Australien und Japan würden die Kompressoren des Unternehmens helfen, so Springmann. Zu den Kunden des Unternehmens zählen alle, die in der Prozessindustrie und Energiewirtschaft einen Namen haben, darunter Linde Gas, Shell, BASF oder Samsung. Sie wenden sich an Atlas Copco, weil sie dort eine individuelle Lösung bekommen.

ENGIE DEUTSCHLAND

Müngersdorf

Hier empfängt uns Stefan Schwan, Leiter des Bereichs Energy & Facility Solutions. Das Unternehmen ist so etwas wie ein Generalunternehmer in der Energiewende, der Firmen Komplettlösungen anbietet, von der Industriewärmepumpe bis zur E-Ladesäule.

ENGIE Deutschland gehört zum französischen ENGIE-Konzern. In Köln arbeiten 350 Angestellte für das Unternehmen. Sie helfen Großkunden dabei, die Transformation hin zur CO₂-Neutralität abzuwickeln, etwa dem Chemieriesen Bayer. „Wir erstellen vollständige Transformationspläne, inklusive der nötigen Investitionen und der erwarteten Returns“, erklärt Schwan. ENGIE baut dann auch die notwendigen Anlagen, etwa Kältemaschinen und Großwärmepumpen, und geht dafür mit Investitionen in Vorleistung. „Das machen wir, weil die Prozesse für die Kunden selbst oft zu komplex sind“, erläutert der Bereichsleiter. Auch angrenzende Themen wie der Aufbau einer Ladeinfrastruktur für E-Autos übernimmt das Unternehmen. Für die Kunden sei das ein attraktives Modell, die Einsparungen würden durch ENGIE garantiert. Entsprechend gefragt sind die Dienstleistungen.

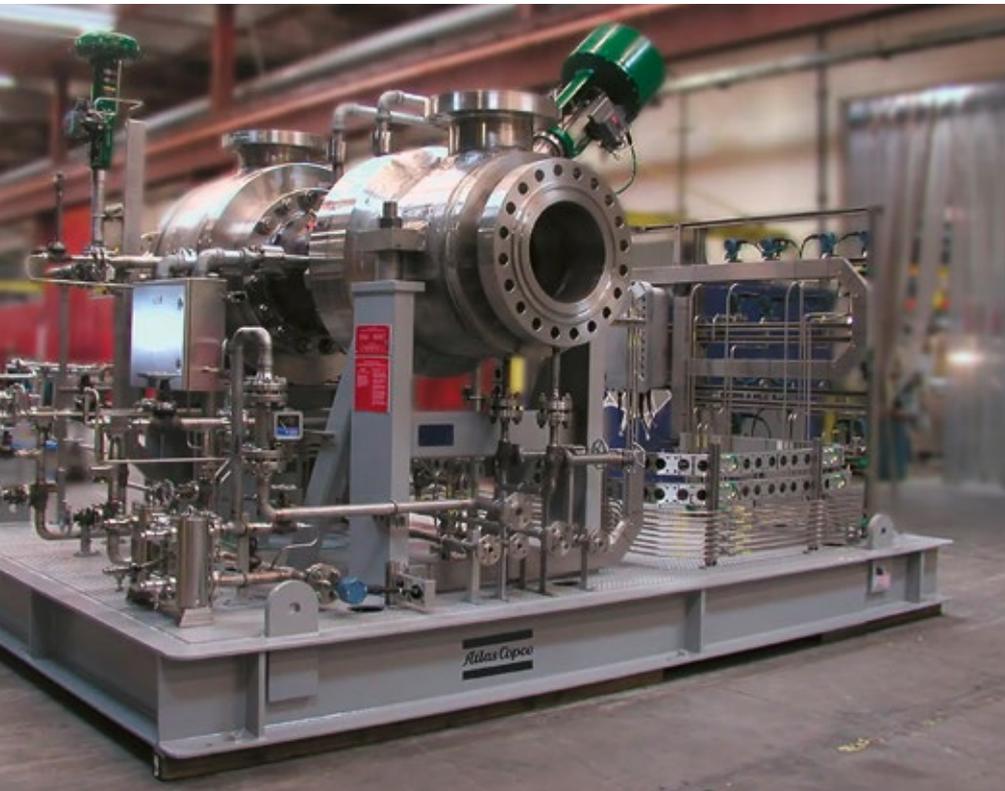
Davon profitiert auch der Standort Köln, wie aktuelle Zahlen belegen. Die Energie- und Umweltwirtschaft am Rhein wird immer wichtiger. Mehr als 12.000 Menschen arbeiteten Stand 2022 in dieser Branche, das ist ein Plus von gut 15 Prozent im Vergleich zu 2008. Auch der steuerbare Umsatz wuchs allein zwischen 2009 und 2019 um 11,5 Prozent. Bessere Werte erzielten lediglich das Handwerk und der Chemiesektor.



Stefan Schwan

FACTS & FIGURES:

ENGIE Deutschland GmbH
 Mitarbeiter*innen Köln: 350
 Mitarbeiter*innen gesamt: 4.650
 Umsatz: 1,6 Milliarden Euro (2022)



FACTS & FIGURES:

Atlas Copco Energas GmbH
 Mitarbeiter*innen Köln: 600
 Mitarbeiter*innen gesamt: 45.000
 Umsatz: rund 12 Milliarden Euro (2022)

NEXT KRAFTWERKE

Ehrenfeld

Das 2009 gegründete Kölner Unternehmen ist mittlerweile einer der größten Stromdirektvermarkter Deutschlands. Es bricht die Energiewende für die vielen kleinen Firmen vor Ort herunter – über virtuelle Kraftwerke.

Mark Lindenberg ist Chief Sales Officer und Managing Director von Next Kraftwerke. Seine Vision: immer mehr erneuerbaren Strom in den Markt integrieren. Wie das Unternehmen dabei vorgeht, erklärt er so: „Über eine Kommunikationsschnittstelle vernetzen wir die vielen kleinen und mittelgroßen Energieerzeuger in Deutschland miteinander. Dabei geht es nicht um Privatpersonen, sondern zum Beispiel um Biogasanlagen und kleinere Unternehmen mit Fotovoltaikanlagen auf dem Dach. So erreichen wir mit vielen kleinen Anlagen die Power eines Großkraftwerks.“ „Virtuelles Kraftwerk“ lautet der Fachbegriff für dieses Modell. Es vernetzt Tausende Stromproduzenten und -verbraucher digital und bündelt so deren Leistung. Mittlerweile betreibt Next Kraftwerke eines der größten virtuellen Kraftwerke Europas. Den erzeugten Strom verkauft das Startup entweder an der Börse oder direkt an Großverbraucher.

FACTS & FIGURES:

Next Kraftwerke GmbH
 Mitarbeiter*innen: 343
 Umsatz: 680 Millionen Euro (2019)



Das Team der Geschäftsführung:
 Katrin Jedamzik, Hendrik Sämisch und Mark Lindenberg (v.l.)

INTERVIEW

BEI HOCHSPANNUNG VORN

Anders Jensen ist Chief Technology Officer des Kabelherstellers NKT. Mit Dr. Manfred Janssen, Geschäftsführer der KölnBusiness Wirtschaftsförderung, spricht er über die Bedeutung des Unternehmens bei der Energiewende und die Vorzüge des Standorts Köln für die dänische Firma – und verrät, warum er kein Fan des 1. FC Köln geworden ist.

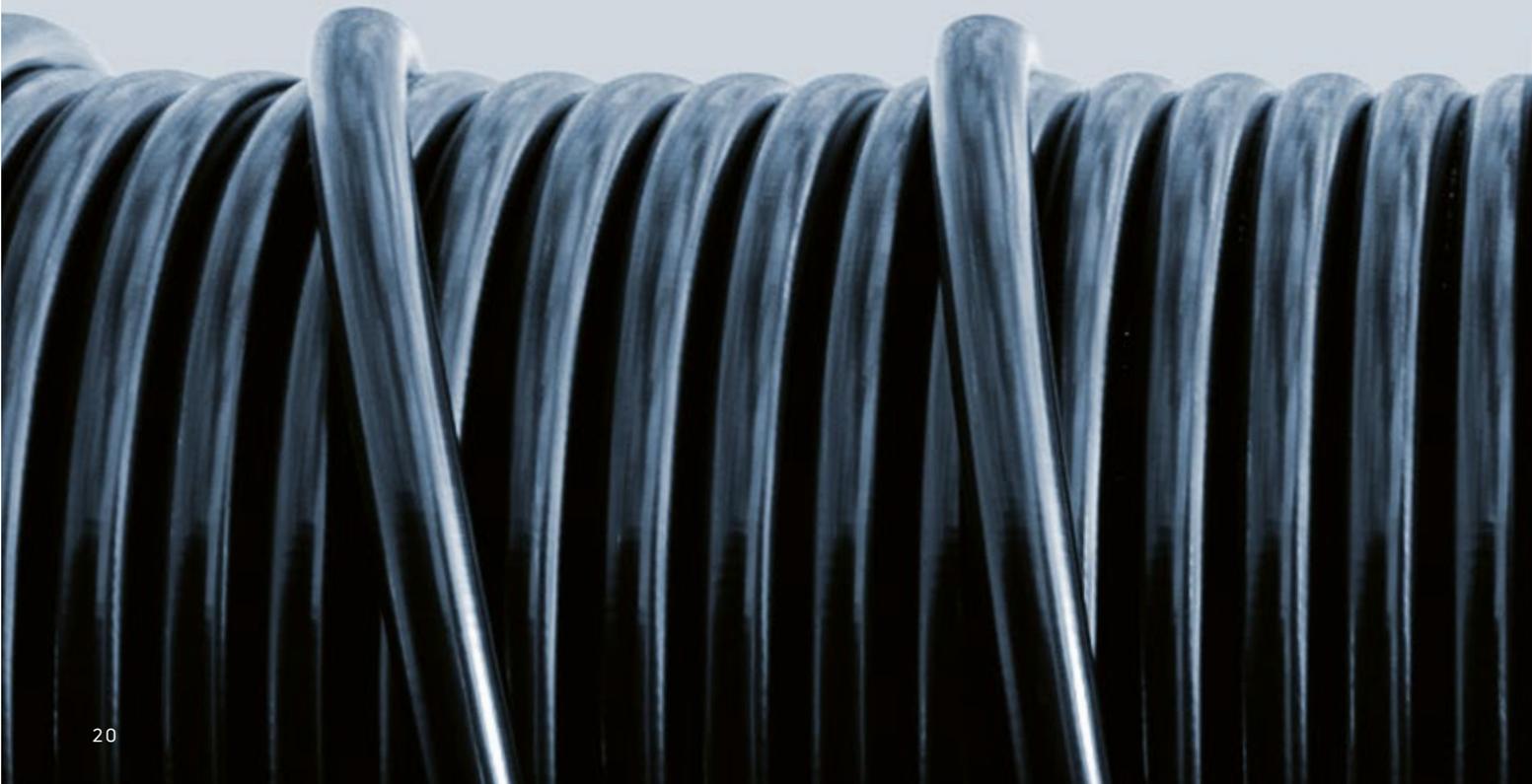
Es ist ein ganz normaler Donnerstagmorgen im Kölner Teil des Chemparks: Transporter, Fahrdienste und Angestellte eilen über die Werksstraßen, aus den Industrieanlagen steigt Dampf auf. Hier, direkt an der Stadtgrenze zu Leverkusen, hat NKT (Nordiske Kabel- og Traadfabriker) seinen Sitz. Das dänische Unternehmen stellt Kabel aller Art her, in Köln produziert es Hochspannungskabel, die unter anderem in großen Stromtrassen verbaut werden. Auf rund 90.000 Quadratmetern wird hier die Infrastruktur für das Megaprojekt Energiewende gefertigt. Anders Jensen, Chief Technology Officer (CTO) des Gesamtkonzerns, sitzt im dritten Stock des Verwaltungsgebäudes, in einem Büro, das dänisch nüchtern daherkommt. Bis auf eine Ausnahme: Ein großes Ölgemälde zeigt, wie in Köln einst Kabel hergestellt wurden, lange bevor NKT ins Rheinland kam.

Herr Jensen, NKT ist eigentlich ein dänisches Unternehmen, hat aber schon seit vielen Jahren einen Standort in Köln. Von hier aus stellen Sie die Weichen für die deutsche Energiewende.

Ganz genau. Für das Großprojekt Energiewende fertigen wir hier am Standort die Kabel, die Stromproduktion und -konsum verbinden.

Was bedeutet das genau?

NKT produziert Nieder-, Mittel- und Hochspannungskabel. Vor allem Letztere sind wichtig, weil sie in den großen Stromkorridoren zum Einsatz kommen, etwa bei der Hochspannungstrasse SuedLink. So verbinden wir Deutsch-





Zur Person: Anders Jensen ist Executive Vice President und CTO von NKT. Er ist seit 1993 im Unternehmen, unterbrochen nur von einem Aufenthalt beim Wettbewerber Hellenic Cables von 2014 bis 2018. In der Vergangenheit baute er unter anderem das Seekabelgeschäft bei NKT auf. Anders Jensen hat Elektrotechnik und Management studiert.

lands Norden, in dem der Strom – etwa in Offshore-Windparks – produziert wird, mit dem Süden, wo viel Strom verbraucht wird, zum Beispiel von der Industrie. Im Klartext: Ohne diese Kabel kann die Energiewende nicht funktionieren.

Und all diese Kabel stellen Sie in Köln her?

Zum Teil. Es gibt Unterschiede zwischen See- und Landkabeln. Die Seekabel, die Offshore-Windparks mit dem Festland verbinden, müssen natürlich anders designt und gefertigt werden. Hier in Köln stellen wir vor allem die Landkabel her, die dann in Projekten wie SuedLink verbaut werden. Da geht es um mehr als 700 Kilometer Kabel, die eine Leistung von zwei Gigawatt übertragen können. Nicht viele Unternehmen sind in der Lage, so etwas anzubieten. Gerade bei Hochspannungskabeln waren wir bei Innovationen oft vorn. So haben wir als erste Firma 525-Kilovolt-Kabel hergestellt.

NKT ist seit mehr als 20 Jahren am Standort Köln. Warum sind Sie damals überhaupt hierhergekommen?

1999 übernahm NKT den Kabelhersteller Felten & Guillaume aus Köln-Mülheim. Für uns war das ein Meilenstein, denn F&G war ein Unternehmen mit wertvoller Kabel- und Garniturenfertigungstechnologie, die wir gern in unser Portfolio aufnehmen. Außerdem liegt Köln wunderbar zentral in Europa. Von hier aus können wir unsere europäischen Absatzmärkte gut erreichen. Die Autobahnanbindung ist hervorragend, der Flughafen nicht weit. Und direkt hier am Chempark fließt der Rhein entlang, der als Wasserstraße ebenfalls wichtig für uns ist.

Sie gelten heute als Innovator Ihrer Branche. Billigkonkurrenz droht also nicht?

Natürlich haben wir Konkurrenten, die mit niedrigeren Preisen auf den Markt kommen, vor allem aus China. Das ist eine Herausforderung für uns, da es mit diesen Firmen keinen fairen Wettbewerb gibt. Sie bekommen staatliche Beihilfen, die es in Europa nicht gibt. Da würde ich mir auch Unterstützung von der Politik wünschen.

Was stellen Sie sich vor?

Es ist wichtig, dass bei Ausschreibungen ein komplexeres und verbindliches Entscheidungssystem angewandt wird. Aufträge dürfen nicht nur preisfokussiert vergeben werden. Weitere Kriterien wie Transportwege und der damit zusammenhängende CO₂-Ausstoß oder eine umweltschonende und nachhaltige Produktion müssen unbedingt berücksichtigt werden.



Haben Sie diese Bedenken bei der EU hinterlegt?

Ja, das haben wir. Schließlich geht es auch um eine Grundentscheidungsfrage: Wer profitiert von der enormen Wertschöpfung, die durch die Energiewende entsteht? Ganz klar Europa. Diese Transformation ist nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine Chance. Neue Technologien werden benötigt, viele Arbeitsplätze geschaffen. Wenn wir aber nicht aufpassen, geschieht das nicht in Europa. Wir haben schon bei der Solarbranche gesehen, wie es laufen kann, wenn europäische Anbieter verschwinden und die Produkte von außerhalb Europas bezogen werden müssen. Das ist auch im Hinblick auf den CO₂-Ausstoß durch die langen Transportwege nicht zielführend für die Energiewende. Denn im Gegensatz zu Wettbewerbern aus anderen Regionen der Welt verpflichten wir uns als Unternehmen ambitionierten Klimazielen. Bis 2030 möchten wir unsere Emissionen um 90 Prozent im Vergleich zu 2019 reduzieren und sind bereits auf einem guten Weg, dieses Ziel zu erreichen.

„OHNE UNSERE KABEL KANN DIE ENERGIEWENDE NICHT FUNKTIONIEREN“**Was macht NKT außerdem, um seine führende Marktposition zu halten?**

Wir haben in letzter Zeit in Schweden und hier im Kölner Chempark unsere Kapazitäten erweitert und wichtige Investitionen getätigt. In Karlskrona haben wir einen 150 Meter hohen Extrusionsturm zur Isolierung der Stromkabel erbaut. Und in Köln ist das neue Testzentrum errichtet worden. Das sind zwei Leuchtturmprojekte, die symbolisch für unsere Position in der Energiewende stehen und unsere führende Position innerhalb der XLPE- und HVDC-Technologie unterstreichen.

Was steckt hinter dieser Technologie?

Es geht hier um Hochspannungs-Gleichstromkabel mit einer vernetzten Isolierung auf Polyethylenbasis. Diese Technologie ist von entscheidender Bedeutung für den Ausbau des Offshore-Windmarkts und die Vorbereitung der globalen Stromnetze auf den künftigen Bedarf an grüner Energie. Denn sie ermöglicht den Transport größerer Strommengen über längere Entfernungen. Darüber hinaus haben wir im Rahmen des Investitionsprogramms neue Maschinen und ein Binnenschiff namens Agrippina erworben, das speziell für den Transport von Seekabeln auf dem Rhein entwickelt wurde.

Im vergangenen Jahr war Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck am Kölner Standort zu Besuch. Haben Sie das Gefühl, mit Ihren Anliegen bei der Politik durchzudringen?

Das habe ich, gerade in Deutschland. Bei seinem Besuch hier vor Ort habe ich Minister Habeck darauf angesprochen, dass die Sondergenehmigungen für unsere Kabeltransporte oft unverhältnismäßig lange auf sich warten lassen. Und tatsächlich hat er sich des Themas angenommen, seit seinem Besuch hat es eine positive Entwicklung gegeben. Klar ist: Das Projekt Energiewende ist so gewaltig – wenn die Politik nicht mitzieht, wird es nicht gelingen.

Für eine erfolgreiche Energiewende braucht es auch ausreichenden Rohstoffzugang. Wie sieht die Versorgungslage bei NKT aus?

Wie bei allen Unternehmen wird sie anspruchsvoller. Ohne Rohstoffe wie Kupfer oder Kunststoff gibt es keine Kabel. Wir brauchen heute mehr Lieferanten als früher, um uns abzusichern. Wir haben gerade gesehen, wie schnell sich die Lage ändern kann. NKT hatte auch Zulieferer in der Ukraine, mitten im Kriegsgebiet. Also mussten wir unsere Lieferketten anpassen. Das hat funktioniert, war aber natürlich aufwendig. Schließlich müssen wir die hohen Qualitätsstandards der Netzbetreiber erfüllen. Wir können also nicht irgendeinen Zulieferer nehmen, es braucht gründliche Audits.

NKT hat erst kürzlich vom deutschen Übertragungsnetzbetreiber Amprion den Zuschlag für zwei Onshore-Hochspannungskabelprojekte erhalten. Damit steigt der Auftragsbestand im Hochspannungsbereich auf rund 12 Milliarden Euro. Was bedeutet das für den Standort Köln?

Wir werden rund 100 Millionen Euro in zusätzliche Fertigungskapazitäten im bestehenden Werk in Köln investieren. Diese sollen ab 2027 in Betrieb gehen. Wir freuen uns sehr über diese Aufträge, denn sie bestätigen unser lokales Engagement, unseren starken Fokus auf Nachhaltigkeit und unsere Kompetenz bei Hochspannungskabelsystemen. Darüber hinaus tragen sie dazu bei, hochqualifizierte Arbeitsplätze in Deutschland zu sichern und die Energiewende umzusetzen.

Wo wir beim Thema Fachkräftemangel wären. Hat er auch NKT erreicht?

Natürlich. Wir suchen wie alle anderen und merken, dass es schwierig ist. Dabei geht es nicht nur um Ingenieurinnen und Ingenieure. Wir brauchen ebenfalls dringend Zuwachs im Projektmanagement und Kabeldesign. Dazu kommen offene Stellen in der Fabrik und im Hintergrund, in der Logistik und im Werksmanagement.



Querschnitt eines Hochspannungskabels

Ist die Suche nach Talenten in Köln einfacher oder schwieriger als anderswo?

Der Standort bietet einige Vorteile. Es gibt viele gute Hochschulen in der Region, die Universität zu Köln, die Technische Hochschule, natürlich auch die RWTH in Aachen. Dort sind wir präsent und werben aktiv für unser Unternehmen.

Und was die Jobs in der Produktion angeht: In der Region gibt es viele Industriebetriebe mit Fabriken. Denen nehmen wir natürlich nicht die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weg. Aber in Branchen wie der Automobilindustrie schwankt die Auslastung stärker als bei uns. Wenn da die Auftragslage schwächer ist, können wir den Menschen etwas anbieten.

„UNTERNEHMEN SIND WIE FUßBALL-SPITZENKLUBS“

Werben Sie auch von außerhalb der Region an?

Das tun wir natürlich, zum Beispiel an anderen passenden Hochschulen. Dresden ist ein Beispiel, Karlsruhe auch. Als Fußballfan vergleiche ich Unternehmen gern mit Spitzenklubs. Wir versuchen, Topleute zu uns zu holen, quasi als Transferziel. Aber auch unsere eigene Nachwuchsarbeit hier vor Ort ist wichtig. Nur so kann ein Verein erfolgreich sein, nur so kann ein Unternehmen erfolgreich sein.

Ist Köln für Talente von außerhalb attraktiv?

Köln ist als Großstadt attraktiv. Außerdem ist das Bergische Land nicht weit, all das ist interessant für potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Natürlich ist der Wohnungsmangel ein Problem, aber in welcher Großstadt ist das nicht so?

Sie selbst leben seit 15 Jahren in Köln. Wie heimisch fühlen Sie sich hier?

Ich fühle mich hier sehr wohl. Als Nordlicht musste ich mich auf die Rheinländerinnen und Rheinländer ein wenig einstellen, aber das lohnt sich. Köln hat ein tolles Kulturangebot und schöne Natur vor den Stadttoren. Als Däne vermisse ich die Nord- und Ostsee, aber dafür gibt es hier Berge – zumindest für dänische Verhältnisse.

Und als Fußballfan fiebern Sie nun mit dem 1. FC Köln mit?

Ich traue mich kaum, das zu sagen, aber als Däne, der in den Siebzigerjahren nahe der deutschen Grenze aufgewachsen ist, sympathisiere ich mit Borussia Mönchengladbach. Damals spielten dort Allan Simonsen und Henning Jensen, dänische Nationalspieler und Bundesligastars. Aber zum BorussiaPark ist es von Köln aus nicht weit.



Provided by NKT

NKT-KABEL FÜR DIE VERNETZUNG ERNEUERBARER ENERGIEN

NKT ist Hauptlieferant für zwei Stromkorridore, die für die Energiewende in Deutschland unverzichtbar sind.

Mit dem SuedOstLink entsteht die weltweit erste große kommerzielle Verbindungsleitung zur Sicherung der Stromversorgung im Südosten der Bundesrepublik. Insgesamt umfasst die Verbindung 1.100 Kilometer Kabel. NKT hat den Zuschlag für drei von fünf Teilabschnitten erhalten.

Mit 1.340 Kilometern wird SuedLink die längste unterirdische Stromverbindung der Welt sein. NKT hat den Zuschlag für den längeren der beiden Stromkabelabschnitte erhalten.

Der westliche Abschnitt hat eine Gesamtlänge von 750 Kilometern.

**Länge der Kabelstrecke SuedOstLink:
rund 275 Kilometer**

**Länge der Kabelstrecke SuedLink:
rund 750 Kilometer**



Die RheinEnergie hat Großes vor: Kölns regionaler Energieversorger will die nach Unternehmensangaben größte Wärmepumpe Europas bauen. 150 Megawatt Wärmeleistung soll sie liefern und rund 30.000 der 568.000 Kölner Haushalte über das Fernwärmenetz in der Kölner Innenstadt sowie in den Stadtteilen Ehrenfeld, Sülz, Zollstock und Mülheim versorgen.

BIS ZU 70 PROZENT FERNWÄRME FÜR DIE KÖLNER INNENSTADT

Andreas Bauer heißt der Mann, in dessen Bereich das Großprojekt fällt. Er leitet den RheinEnergie-Standort in Niehl, auf dem bereits zwei Heizkraftwerke und ein Wärmespeicher stehen. Doch auf dem Gelände, das am Niehler Hafen in unmittelbarer Nähe zum Rhein liegt, ist noch Platz. „Unsere Kraftwerke können bis zu 370 Megawatt thermisch erzeugen“, erläutert Bauer.

Die Großwärmepumpe würde knapp die Hälfte der Leistung eines Kraftwerks erbringen. „An vielen Tagen im Jahr könnte sie die komplette Wärme allein erzeugen.“ Für die RheinEnergie ist die Pumpe ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zur CO₂-Neutralität. Das Unternehmen möchte bis 2035 eine klimaneutrale Energieversorgung anbieten können.

Insgesamt, so schätzt Bauer, könnte die Pumpe 60 bis 70 Prozent der Fernwärme für das Innenstadtnetz liefern. Dazu soll Wasser aus dem Rhein genutzt werden. Auf der einen Seite des Geländes würde es entnommen, auf der anderen wieder abgeleitet. Das geschieht bereits heute zur Kühlung der Kraftwerke, mit dem Vorgang ist der Energieversorger also vertraut.

Noch sind aber ein paar Schritte zu gehen. Der Umfang des Projekts erfordert eine EU-weite Vergabe, die Ausschreibung

WÄRMEPUMPE XXL FÜR KÖLN

Die RheinEnergie AG plant den Bau der größten Wärmepumpe Europas in Niehl. Ein Prestigeprojekt für den Energieversorger, der damit die Transformation des gesamten Standorts vorantreiben will.

ist für dieses Jahr geplant. „Im Laufe des Jahres werden wir wissen, wer die Wärmepumpe baut“, so Bauer. Eine Vorqualifizierung habe bereits stattgefunden. Es gibt einige Unternehmen, die willens und in der Lage sind, ein solches Vorhaben zu stemmen. Läuft alles nach Plan, kann die Pumpe Anfang 2027 in Betrieb gehen.

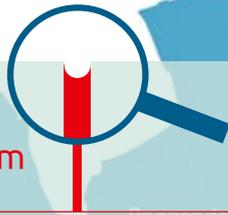
CO₂-NEUTRALITÄT DANK MEGAPROJEKT

„Nach Plan“ ist hier allerdings das Stichwort: Ohne Förderung sei ein solches Projekt nur schwer zu realisieren, meint Bauer. An sich kein Problem, entsprechende Programme gibt es, etwa die Bundesförderung für effiziente Wärmenetze (BEW) des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle. Zunächst konnte der Antrag aber nicht gestellt werden, die Ende 2023

verhängte Bundshaushaltssperre stellte die BEW infrage. Ende Januar aber kam die erlösende Nachricht: Die Förderung ist gesichert, der Antrag mittlerweile eingereicht.

Unterdessen plant Andreas Bauer schon weiter. Mithilfe der Wärmepumpe will er den Standort in den kommenden Jahren CO₂-neutral machen. „Wenn wir die Pumpe haben und sie mit genügend regenerativem Strom betrieben wird, ist das ein riesiger Schritt.“ Dank des bereits vorhandenen Wärmespeichers auf dem Gelände könnte sie dann auch auf Vorrat produzieren. Die beiden Kraftwerke sollen deswegen aber nicht abgeschaltet werden, gerade in der wichtigen Heizphase im Winter werden sie weiterhin gebraucht. Auch hier gibt es einen Plan: Mittelfristig sollen sie nicht mehr mit Gas, sondern mit Wasserstoff angetrieben werden.

250_{µm}



In einem Kabel sind viele einzelne Glasfasern zu einem Bündel zusammengefasst. Jede Faser ist nur 250 Mikrometer dünn – in etwa wie ein menschliches Haar. Die Glasfasern bestehen aus Quarzsand und transportieren über optische Lichtwellen die Daten – oder kurz gesagt: „das Internet“.

23.500_{km}

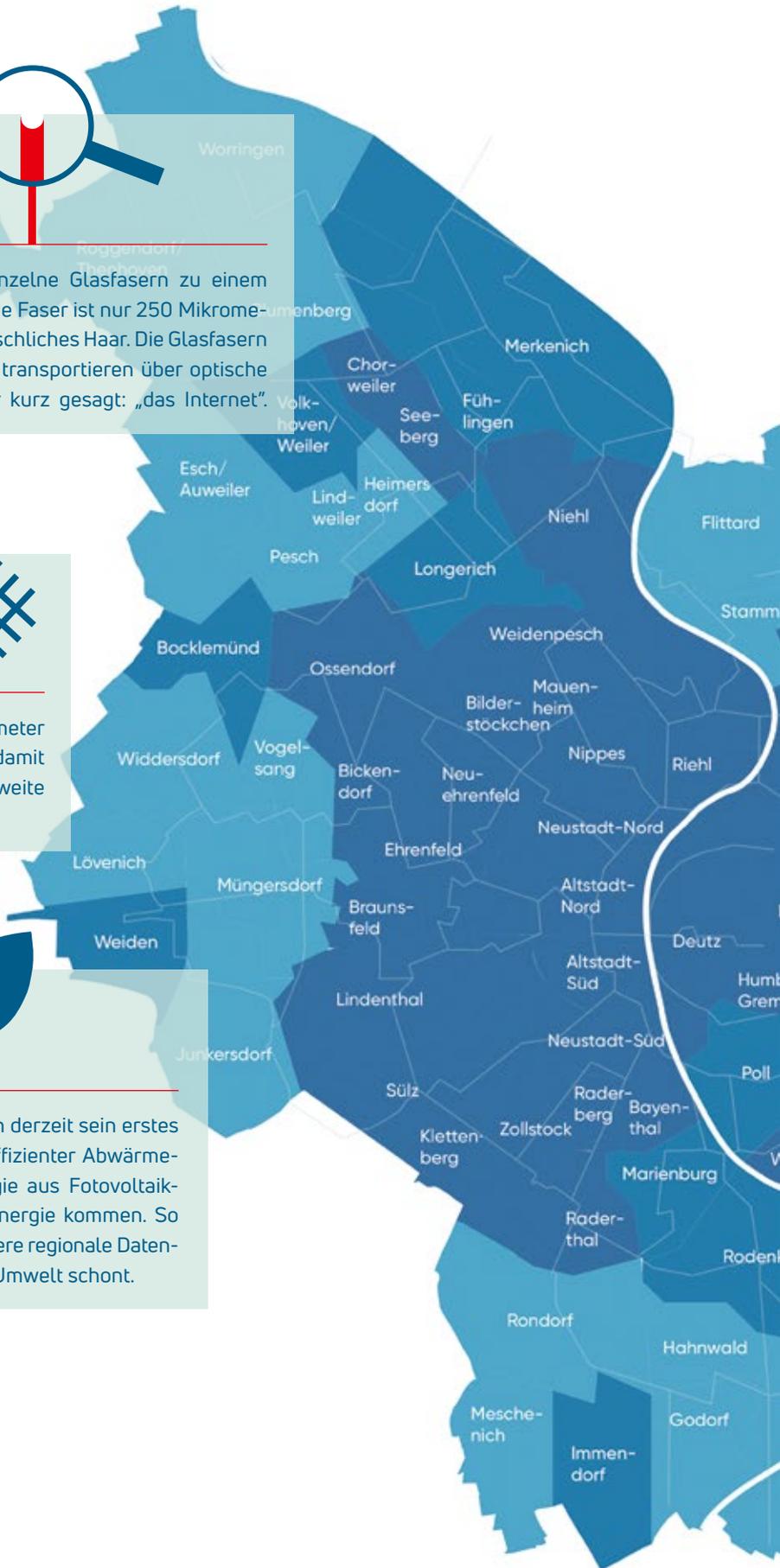


In Köln hat allein NetCologne bisher 23.500 Kilometer Glasfaser verlegt. Unter den Straßen spannt sich damit nach Angaben des Unternehmens das größte stadtweite Netz Deutschlands.

Nr. 1

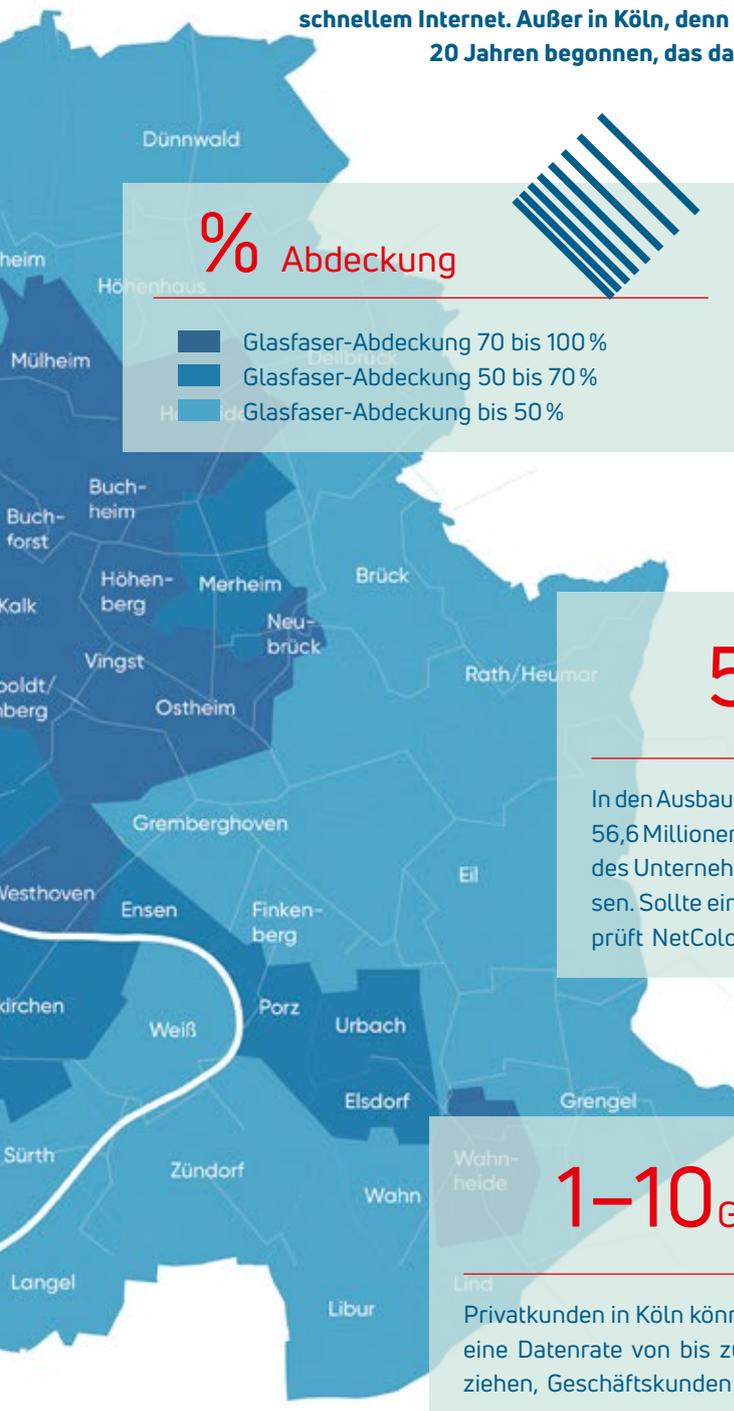


In Köln-Lövenich baut das Unternehmen derzeit sein erstes nachhaltiges Rechenzentrum. Neben effizienter Abwärmennutzung und selbst produzierter Energie aus Fotovoltaikanlagen soll Ökostrom von der RheinEnergie kommen. So will NetCologne seinen Kunden eine sichere regionale Datenspeicherung bieten, die gleichzeitig die Umwelt schont.



VOLL VERNETZT

Ob Großunternehmen oder Privathaushalt: In ganz Deutschland sehnt man sich nach schnellem Internet. Außer in Köln, denn hier hat der lokale Anbieter NetCologne bereits vor gut 20 Jahren begonnen, das dafür notwendige Glasfasernetz aufzubauen.

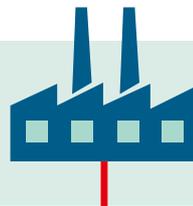


% Abdeckung



- Glasfaser-Abdeckung 70 bis 100 %
- Glasfaser-Abdeckung 50 bis 70 %
- Glasfaser-Abdeckung bis 50 %

56,6 Mio.



In den Ausbau des Glasfasernetzes hat NetCologne allein 2023 56,6 Millionen Euro investiert. Inzwischen sind nach Angaben des Unternehmens alle Kölner Gewerbegebiete angeschlossen. Sollte ein Unternehmen noch nicht angeschlossen sein, prüft NetCologne die Möglichkeit eines Direktanschlusses.

1-10 Gbps



Privatkunden in Köln können über das Netz von NetCologne eine Datenrate von bis zu einem Gigabit pro Sekunde beziehen, Geschäftskunden sogar zehn Gigabit pro Sekunde.

STARTUP ONIQ

DIGITALER ZWILLING

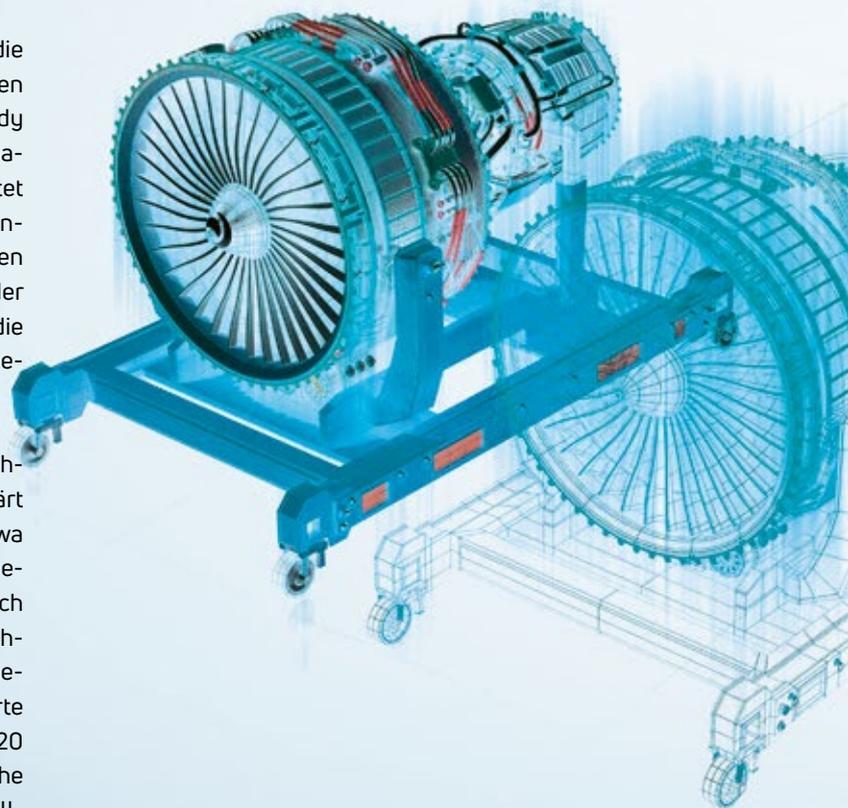
Das Kölner Startup ONIQ will Unternehmen unterstützen, ihre Prozesse mithilfe einer Software zu optimieren. Es ist damit Teil einer Boombranche, die in den kommenden Jahren die gesamte Industrie verändern dürfte.

Yvonne Therese Mertens ist eine Pionierin, wenn es um die Vernetzung von Technologie geht. Bereits vor 20 Jahren programmierte sie eine der ersten Softwares, die ein Handy mit dem PC synchronisieren konnten. Vernetzte Informationssysteme faszinieren sie noch immer. Heute arbeitet die Informatikerin an weitaus komplizierteren Verbindungen – den Schnittstellen zwischen Mensch und komplexen Fertigungsprozessen. Das Startup ONIQ soll die Arbeit in der Industrie 4.0 effizienter gestalten. „Wir heben Potenziale, die in jeder Produktion stecken“, erklärt Mertens. Welchen Gewinn kann sie der Industrie damit liefern?

„Wir nutzen Process-Mining als eine von verschiedenen Technologien, um die Produktionsprozesse zu verbessern“, erklärt sie. Das Startup setzt auch auf weitere Instrumente, etwa Machine Learning. Diese braucht es, weil moderne Industrieanlagen längst so komplex geworden sind, dass der Mensch ohne digitale Unterstützung kaum mehr durchsteigt. „Nehmen Sie ein Auto: Das hat Tausende Bauteile aus verschiedenen Materialien und Dutzende, wenn nicht sogar Hunderte Fertigungsschritte“, so Mertens. Zu den Kunden des 2020 gegründeten Unternehmens zählen bereits viele deutsche Mittelständler und Konzerne aus Automobilindustrie, Metallverarbeitung, Kunststoffherstellung und Maschinenbau.

NUTZEN SCHNELL ERKENNEN

Die ONIQ-Software hilft dabei, einen digitalen Zwilling des Wertstroms zu erstellen, also eine Abbildung des gesamten Fertigungsprozesses. Dabei setzt das Startup auf



vorhandene Daten aus den produktionsnahen IT-Systemen, die viele Prozessinformationen automatisch erfassen. „Ein wesentlicher Teil unserer Arbeit ist es, erst einmal die Daten zu plausibilisieren und Datenfehler zu bereinigen“, sagt Mertens. Das laufe zwar teilweise bereits automatisiert, aber trotzdem dauere es ein bis zwei Wochen, bis die Software aufgesetzt werden kann und die eigentliche Analyse beginnt.

Sie hilft den Unternehmen zum Beispiel dabei, Engpässe in der Fertigung zu identifizieren. „Klassischerweise würde man die Fertigungsstraße ablaufen und die Zeiten messen“, erklärt Mertens. „Wie lange braucht ein Teil von Maschine A zu Maschine B, wie lange wird es dort verarbeitet?“ Die Software mache das automatisch und vor allem dauerhaft. Statt einer Stichprobe hat sie also stets eine Übersicht der Produktion und kann beispielsweise identifizieren, an welcher Maschine es zu Verzögerungen kommt. Wichtig sei es, dass die Unternehmen den Nutzen schnell erkennen, den ihnen der Einsatz der Software bringt.

FÜR DIE KUNDEN EIN WOW-ERLEBNIS

Die Bedeutung des schnellen Nutzens betont auch Lars Biermann. Er leitet das Center for Process Bionics bei der Unternehmensberatung Deloitte und betreut ebenfalls Process-Mining-Projekte. „Mittlerweile können wir sehr schnell Ergebnisse liefern“, erklärt er. So habe man vor Kurzem einem Automobilhersteller sechs Millionen Euro Ersparnis verschafft, indem die Logistikprozesse verbessert wurden. „Das ist dann für die Kunden schon ein Wow-Erlebnis“, sagt Biermann. Einsparungen dieser Art machen Process-Mining für Unternehmen attraktiv, ob im Automobilsektor, Maschinenbau, bei Versicherungen oder im Gesundheitswesen. „Unser langjährigster Kunde ist eine Krankenversicherung“, berichtet Biermann.



Yvonne Therese Mertens

WACHSTUMSCHANCE IM BEREICH NACHHALTIGKEIT

Während Process-Mining anfangs vor allem bei repetitiven Tätigkeiten wie dem Rechnungsmanagement zum Einsatz kam, ermöglichen es neue Tools, auch dynamischere Prozesse zu optimieren, etwa in der Fertigung. „Lange konnte man nur mit Daten aus der Vergangenheit arbeiten, mittlerweile geht das auch mit Realtime-Daten“, sagt Biermann. In den kommenden Jahren erwartet er weitere technologische Fortschritte, zum Beispiel durch die Integration von Large-Language-Models wie ChatGPT. „Bald werden wir verschiedene Prozesse im System miteinander verknüpfen und weitere Effizienzgewinne schaffen können.“

ONIQ sieht eine weitere große Chance für eigenes Wachstum im Nachhaltigkeitsbereich. „Ich habe mich schon bei meinem vorherigen Startup viel mit Energieeffizienz befasst“, erklärt Mertens. „Auch bei ONIQ ist das Thema Nachhaltigkeit ein großer Aspekt des Geschäftsmodells, denn effizientere Prozesse führen natürlich auch zu einer Ressourceneinsparung. Darüber hinaus lässt sich mit der Software der CO₂-Fußabdruck einzelner Produkte im Detail nachvollziehen.“

ONIQ sieht sich für weiteres Wachstum gut aufgestellt. Auch dank Köln, wie Gründerin Mertens betont: „Köln ist als Technologiestandort im Kommen.“ Die Stadt profitiere von ihrer logistisch optimalen Lage sowie der Tatsache, dass sie im Vergleich zu anderen Großstädten noch nicht zu teuer sei. „Und die Hochschulen in Köln und Umgebung liefern die Talente, die wir brauchen“, sagt die Gründerin.



AA ABFLUSS-AS

ROHRREINIGUNGSHELDINNEN

Wenn im Badezimmer oder in der Küchenspüle nichts mehr geht, rückt das Team von Abfluss-AS aus – in Heldenstiefeln auf dem Lastenrad.

Von außen sieht das Unternehmen von Gabriele Bazán Ortega und Carina Straub unspektakulär aus. Ein Mehrparteienhaus aus den Fünfzigerjahren: Eine orange Fassade, drei Stockwerke und ein Garagentor, durch das es in einen Innenhof geht, mehr ist erst mal nicht zu sehen.

Doch bei Abfluss-AS ist nicht nur der Firmensitz überraschend anders, auch die Unternehmensstrategie würde man hinter dem nüchternen Namen nicht erwarten. Denn knallig bunte und lustige Social-Media-Auftritte sind Teil einer Marketingkampagne, die die Mitarbeiter des Handwerksbetriebs zu „Rohrreinigungshelden“ ausgerufen hat. „Handwerk muss nicht alt und verstaubt sein“, sagt die 32-jährige Carina Straub. Sie ist überzeugt, dass das Reinigen von Abflüssen

mehr ist, als „nur in Fäkalien zu wühlen“. „Das Badezimmer ist für viele ein intimer Ort, da braucht es auch Fingerspitzengefühl von unseren Mitarbeitern, wenn sie gerufen werden.“

Dass bei Abfluss-AS einiges anders läuft, könnte daran liegen, dass die Firma schon immer von Frauen geführt wurde. Seit 1971 gibt es das Unternehmen, das Geschäftsmodell ist klar: ausrücken, wenn Chaos herrscht, wenn Abflüsse überquellen und die Verzweiflung groß ist. Gegründet haben das Unternehmen Elisabeth und Ferdinand Bex. Es war eine Zeit, in der das Berufsbild des Kanalreinigers oder gar eine Innung noch gar nicht existierten. Während der Mann sich in den Siebzigerjahren als gelernter Installateur auf die Reinigung konzentrierte, übernahm die Frau die Leitung der jungen Firma.

Abfluss-AS ist damit eine der wenigen großen Ausnahmen im Handwerk: Gut 90 Prozent der Erwerbstätigen in Handwerksberufen sind Männer. So wird auch ein Großteil der Betriebe von ihnen geführt.

MIT DER TOCHTER SOLL DER BETRIEB MODERNER WERDEN

Abfluss-AS hat heute 20 Beschäftigte, 14 davon sind im Außendienst. Monatlich werden sie zu 600 bis 800 Einsätzen gerufen. Inzwischen hat die Firma Standorte in Köln und Düren. Und spätestens seitdem 2018 mit Carina Straub die dritte Generation die Führung übernommen hat, soll der Betrieb noch moderner werden. Einen solchen Anstrich haben viele Handwerksbetriebe bitter nötig.

Denn der Fachkräftemangel schlägt gerade in dieser Branche zu – „natürlich suchen auch wir Personal“, sagt Straub. Mehr als ein Drittel aller Berufe ist derzeit von Engpässen betroffen. Gerade im Bereich Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik sieht es nicht gut aus, wie eine aktuelle Statistik der Bundesagentur für Arbeit zeigt.

Aus Gutachten des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln geht hervor, dass 2022 fast 130.000 Stellen unbesetzt geblieben sind. Der Handwerker*innenmangel erreichte damit ein Rekordhoch. Dafür nennen die Gutachten mehrere Gründe. Handwerksunternehmen böten zwar mehr Ausbildungsplätze an, doch die Zahl der Bewerber*innen reiche nicht aus. Der demografische Wandel sei eine der Hauptursachen für den Mangel an Handwerker*innen. Dazu komme, dass viele junge Menschen statt einer dualen Ausbildung im Handwerk ein Studium anstreben.

KÜCHENSPIELE STATT KONZERNEVENT

Straub hat den Vorteil, dass sie gar nicht aus der Handwerkswelt kommt und anders auf all die Probleme blicken kann. Nach dem Abitur wollte sie auf keinen Fall in den Betrieb ihrer Mutter gehen. „Ich wollte immer in die schillernde Welt der Eventbranche“, erzählt Straub. Sie organisierte zuerst Events für Autohändler, danach ging sie in einen Konzern. „Das war mir aber alles zu langweilig“, erzählt sie. Denn ganz so schillernd war die Eventbranche dann doch nicht. „Es hat auch immer viel mit Excel-Listen zu tun, was viele sich wohl erst mal gar nicht vorstellen können.“

Erst danach zog es Straub in das Unternehmen ihrer Mutter. Doch genau diese Erfahrungen konnte sie dort einbringen. Straub achtet auf all die Dinge, die abseits des Alltagsgeschäfts anfallen. Die Homepage ist gepflegt und modern. Die Bilder der Heldenkampagne sind unter anderem auf den Fahrzeugen der Firma zu sehen, die von Notfall zu Notfall fahren. Auf dem Instagram-Kanal finden sich Fotostrecken von Teamevents beim Bowling oder von den Einsätzen. Und dann wäre da noch das elektrische Lastenrad für Einsätze in der Innenstadt. Straub ist Social-Media-Managerin, Personalverantwortliche und Marketingbeauftragte zugleich. Da sich Mutter Bazán Ortega langsam aus dem Betrieb zurückzieht, kommen auf Straub nun auch die Aufgaben als Geschäftsführerin hinzu.

AUF DEM ELEKTRISCHEN LASTENRAD IN DIE INNENSTADT

Mit ihrer Kampagne feiert sie bereits die ersten Erfolge. Der Personalmangel bei Abfluss-AS ist laut Straub bei Weitem nicht so angespannt wie bei anderen Handwerksbetrieben. Allein in den vergangenen 15 Monaten hat ihre Firma fünf neue Mitarbeiter gewonnen. So konnte Abfluss-AS mehr Aufträge annehmen als jemals zuvor. Eine Sache hat aber auch bei Abfluss-AS noch nicht geklappt: Frauen für den Außendienst zu gewinnen. „Ich kann das sogar ganz gut verstehen“, sagt Straub. Die Maschinen seien teilweise ziemlich schwer, und als Frau allein in Wohnungen reinzugehen sei auch nicht immer leicht. Die Hoffnung aufgegeben hat sie aber noch nicht. Abfluss-AS machte zuletzt beim Girls' Day mit. „Das lief richtig gut“, so Straub. Die nächste Marketingkampagne hat sie längst im Visier. Die Helden sollen überarbeitet werden, zudem entwickelt Straub gerade ein Leitbild für ihr Unternehmen. Das soll die Verbundenheit der Mitarbeiter*innen mit der Firma stärken – und könnte vielleicht ja auch im Kampf gegen den Fachkräftemangel helfen.





RESSOURCENEFFIZIENZ

WAS WAR IHRE MUTIGSTE ENTSCHEIDUNG IN SACHEN ORDNUNG?

Hohe Energiepreise, angespannte Lieferketten, Klimakrise: Ressourcen so effizient wie möglich zu nutzen wird für Unternehmen immer entscheidender. Doch eine Umstellung ist oft aufwendig und teuer. Zwei Unternehmer aus Köln zeigen, warum sie sich trotzdem lohnt.

MICHAEL SCHAUPP, PFEIFER & LANGEN

Biomasse für die Zuckerproduktion: Umrüstung in Millionenhöhe

„Die Zuckerproduktion ist energieintensiv. Deshalb ist unsere Industrie schon immer darauf bedacht, ihren Energiebedarf und die direkt erzeugten Emissionen aus dem Verbrauch von Brennstoffen konsequent zu reduzieren. Doch spätestens seit Beginn des Kriegs in der Ukraine und der damit einhergehenden Gasmangel-Lage ist das Thema noch wichtiger geworden. Wir wollen bei Pfeifer & Langen bis spätestens 2040 klimaneutral Zucker produzieren – klimaneutral nach Scope 1, also was unsere eigenen Anlagen betrifft. Dafür investieren wir in energieeffiziente, moderne Technik und in die Umstellung auf nachhaltige Brennstoffe. Das ist folgerichtig, aber auch mutig. Denn wir müssen auf die Politik einwirken, um verbindliche Rahmenbedingungen zu bekommen. Mit der Zuckerrübe haben wir ein wunderschönes, natürliches Kraftwerk. Bisher werden die Rübenschnitzel, die bei der Zuckerherstellung als Nebenprodukt anfallen, vor allem als Tierfutter verwendet. Sie eignen sich auch hervorragend als Biomasse zur Energiegewinnung, wurden aber zunächst von der EU nicht als nachhaltiger und damit CO₂-neutraler Energieträger anerkannt. Wir haben uns nicht entmutigen lassen, Machbarkeitstests an unseren Standorten durchgeführt und gute Erfolge erzielt. Aber die Umrüstung kostet Geld

und Zeit, dafür brauchen wir Planbarkeit. Pro Anlage fällt ein zweistelliger Millionenbetrag an, und die Umstellung dauert bis zu fünf Jahre.

Deshalb haben wir zusätzlich in den vergangenen zwei Jahren sehr aktiv daran gearbeitet, politische Entscheidungsträger in Brüssel, in Deutschland und den Bundesländern über das Potenzial der Zuckerrübe zu informieren. Mit Erfolg: Zuckerrübenschnitzel wurden als nachhaltiger und CO₂-neutraler Energieträger in die dritte Auflage der EU-Richtlinie für erneuerbare Energien (RED III) aufgenommen. Die RED III soll die Transformation beschleunigen. Nun muss sie in nationales Recht umgesetzt werden, auch das wollen wir eng begleiten. Denn jedes EU-Land hat einen Spielraum

bei der Ausgestaltung. Die einzelnen Staaten können zum Beispiel gewisse Maßnahmen fördern. Für unseren Umbau wäre das natürlich wünschenswert.“

Michael Schaupp ist Geschäftsführer beim Zuckerhersteller Pfeifer & Langen GmbH & Co. KG. Das Familienunternehmen hat seinen Sitz in Junkersdorf, nur zwei Kilometer vom RheinEnergieSTADION entfernt.



PIETER NIESSEN, OBJECTIV RAUMAKUSTIK + MÖBEL

Von Glaswolle zu PET: Umstellung mitten in der Coronakrise

„Vor fünf Jahren haben wir in Köln eine eigene Produktion für unsere raumakustischen Produkte aufgebaut – das sind zum Beispiel nachhaltig hergestellte Bilder und Trennwände. So etwas gab es bis dahin in Deutschland nicht. Zehn Jahre lang hatten wir unsere Produkte aus Frankreich bezogen und hier vertrieben. Die Umstellung war für uns eine sehr mutige Entscheidung. Zum einen war der Markt damals noch nicht so weit entwickelt, zum anderen waren nachhaltige Raumakustikprodukte anfangs teurer als herkömmliche. Denn viele bestehen aus Glaswolle, deren Herstellung sehr energieintensiv ist: Bei bis zu 1.600 Grad Celsius wird das Glas geschmolzen. Und mitten in der Umstellung traf uns die Coronakrise.

Doch wir haben uns von unserem Weg nicht abbringen lassen, denn Nachhaltigkeit ist uns wichtig. Gut ein Jahr hat es gedauert,

bis unsere eigene Produktion stand. Statt Glaswolle verwenden wir jetzt recycelte PET-Fasern. Unsere Produkte haben zudem einen noch besseren Wirkungsgrad als herkömmliche Absorber. Angesichts der zuletzt gestiegenen Energiepreise sind wir auch nicht mehr teurer als andere Hersteller. Nachhaltigkeit und damit der effiziente Einsatz von Ressourcen zahlen sich also langfristig aus. Unser Umsatz ist im vergangenen Jahr um 25 Prozent gewachsen. Dieser Erfolg bestätigt unsere Bemühungen und zeigt, dass immer mehr Kunden Wert darauf legen, wo und wie die Produkte hergestellt werden, die sie kaufen – auch beim Schallschutz.“

Pieter Niessen ist Gründer und Geschäftsführer der objectiv GmbH & Co. KG. Das Unternehmen mit Sitz in Köln-Dellbrück setzt auf nachhaltige Raumakustikprodukte.



KURZ GEFASST

KÖLN SCHAFFT ORDNUNG ...

Wohin soll es gehen – in die weite Welt, zum Shopping oder ins eigene Ich?
Kölner Unternehmen haben da was für Sie.



... BEIM EINKAUFEN: DIE SUCHMASCHINE EMIIGO

In welchem Geschäft finde ich ein Kleid für die Geburtstagsfeier am Abend? Wo Bauklötze für den Neffen? Oder auf die Schnelle ein Ladekabel? Am besten ganz in der Nähe. Die Kölner Plattform emiigo hilft dabei, den Überblick zu behalten, und schlägt eine Brücke zwischen Onlinesuche und stationärem Handel. Über die Suchmaschine finden Nutzer*innen mittlerweile 2,5 Millionen Produkte von mehr als 2.200 Einzelhändler*innen und Filialketten vor Ort – nicht nur in Köln, sondern auch in Berlin oder Aachen.

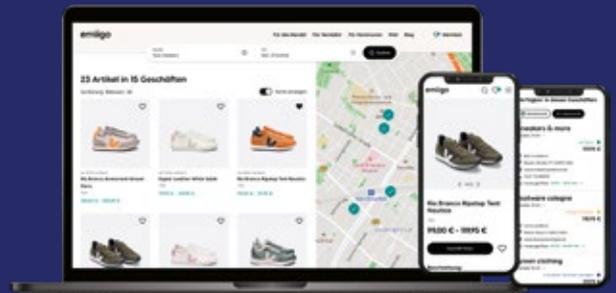
www.emiigo.de



... IM KOPF: DIE APP MINDZEIT

Mindzeit ist ein digitaler Entspannungsraum. Mit wissenschaftlich fundierten Mentaltrainings sorgt die Kölner App für Ruhe und Klarheit. Durch Achtsamkeit und Meditation hilft Mindzeit, Gedanken zu sortieren und Stress abzubauen. Das Coaching-System empfiehlt Übungen passend zur Stimmung und ist so eine Einladung zur inneren Ordnung, immer griffbereit auf dem Smartphone. Gut zu wissen: Ein Präventionskurs in Verbindung mit der App wird von vielen Krankenkassen erstattet.

www.mindzeit.app



... IM ONLINEHANDEL: DAS GÜTESIEGEL TRUSTED SHOPS

Das Kölner Unternehmen Trusted Shops hilft Verbraucher*innen, in der digitalen Welt die richtigen Entscheidungen zu treffen. Die Grundidee: Trusted Shops testet nach Kriterien wie den Kund*innenbewertungen, dem Bestellprozess, der Sicherheit oder der Bonität. Besteht der Shop die Prüfung, darf er das Trusted-Shops-Siegel nutzen. Ganz neu: Händler*innen können Bewertungen echter Kund*innen über eine Software in ihre Website integrieren. Gegründet vor 25 Jahren in Köln, bringt das Unternehmen mit heute 800 Mitarbeiter*innen an sechs Standorten in Europa auf diese Weise Ordnung in den Onlinehandel.

www.trustedshops.de

... AUF REISEN: DER RIMOWA-KOFFER

Der Rimowa-Koffer ist mehr als nur ein Gepäckstück. Seit 1898 wird er in Köln hergestellt und ist längst zu einer Design-Ikone geworden, die weltweit für Ordnung auf Reisen sorgt. Seine charakteristischen Rillen trägt der Koffer seit 1950 – inspiriert von der Außenhaut des Flugzeug-Oldtimers Ju 52. Gefertigt wird er heute aus Polycarbonat, einem Kunststoff, der etwa zum Bau von Flugzeugfenstern verwendet wird. Das macht ihn nahezu unzerstörbar und extrem leicht.

www.rimowa.com

FOTOREPORTAGE

DAS EIFELTOR ZUR WELT

Der ursprünglich kleine Umschlagbahnhof Köln-Eifeltor umfasst heute als Großumschlaganlage rund 30 Hektar. Das Güterverkehrszentrum Eifelator gehört mit dem Frachtflughafen Köln/Bonn und dem Hafen Köln zur Top-Logistikregion Kölner Bucht.

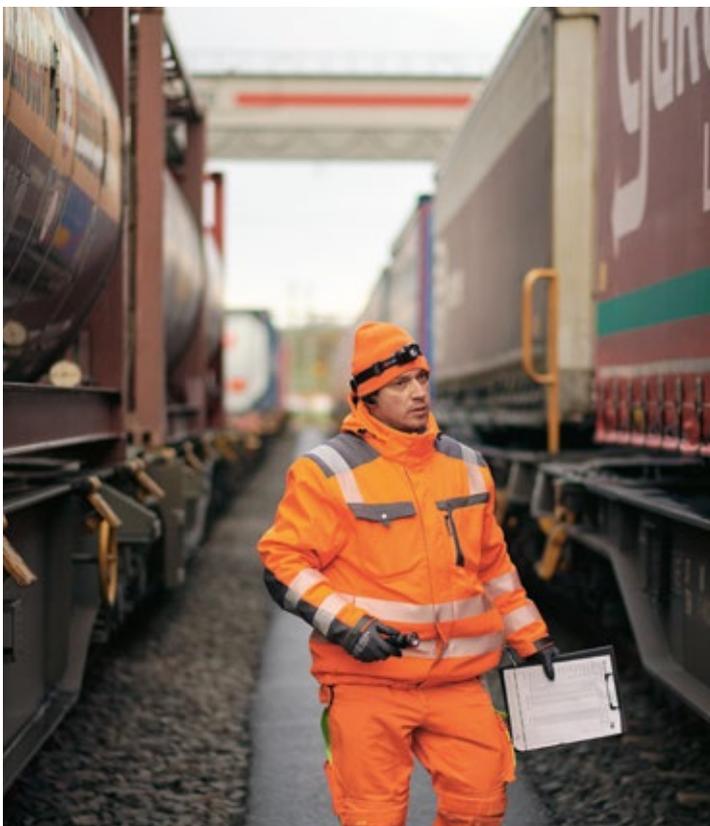






KOMBINIERTER VERKEHR

Im Herzen des Güterverkehrszentrums befindet sich das Terminal der Deutschen Umschlaggesellschaft Schiene-Straße (DUSS) mbH. Dieses Terminal ist eine der bedeutendsten Anlagen in Europa für den Kombinierten Verkehr – das bedeutet, Güter werden hier zwischen Zügen und Lkw umgeladen.





200 ZÜGE IN DER WOCHE

Jede Woche starten oder enden im DUS-Terminal etwa 200 nationale und internationale Züge, besonders solche, die zwischen deutschen Städten und Wirtschaftszentren in Italien und Spanien verkehren. Inzwischen ist der Standort auch zu einer Drehscheibe für Sendungen zwischen mehreren nördlichen und südlichen Schienentransportrouten geworden.

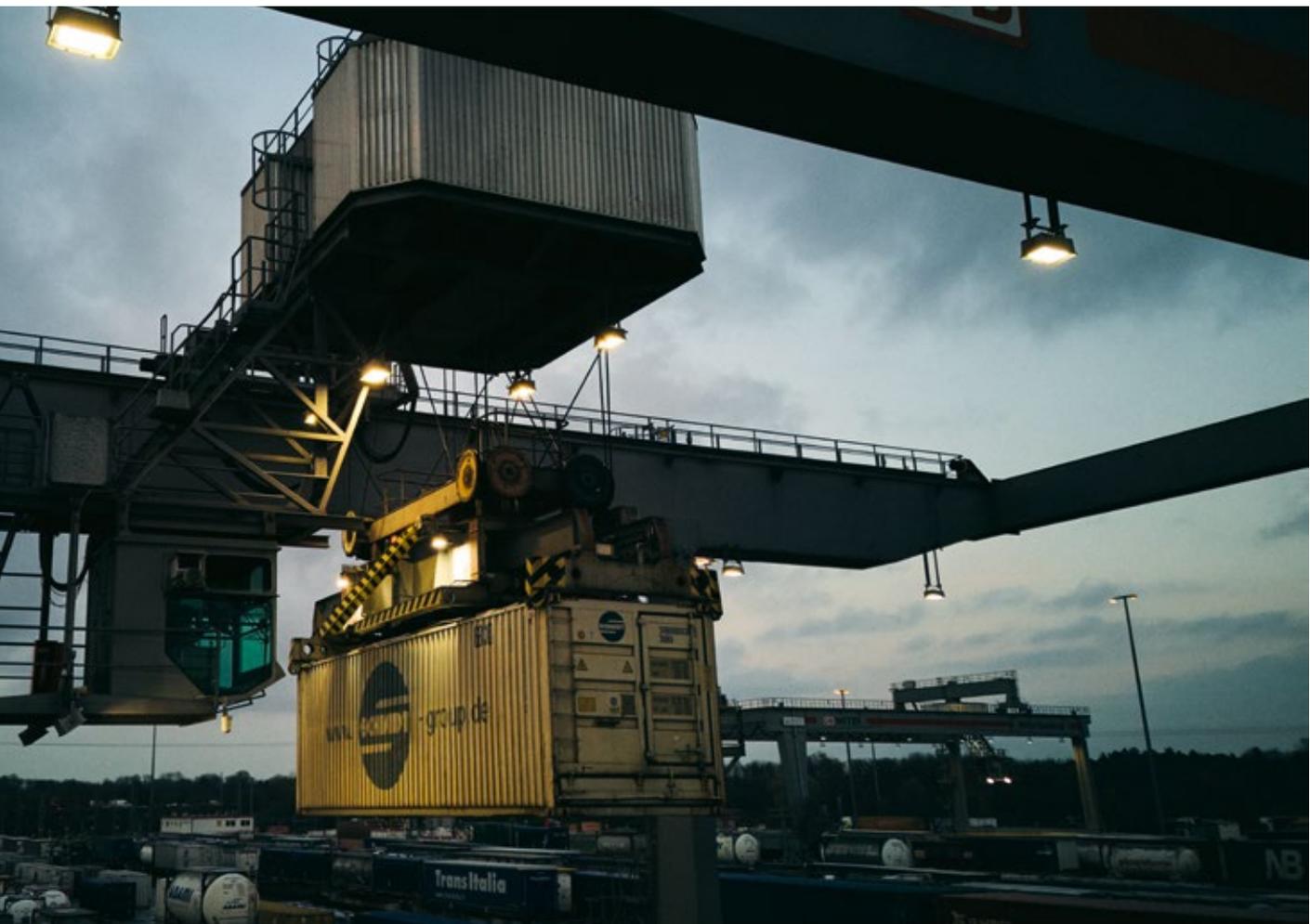


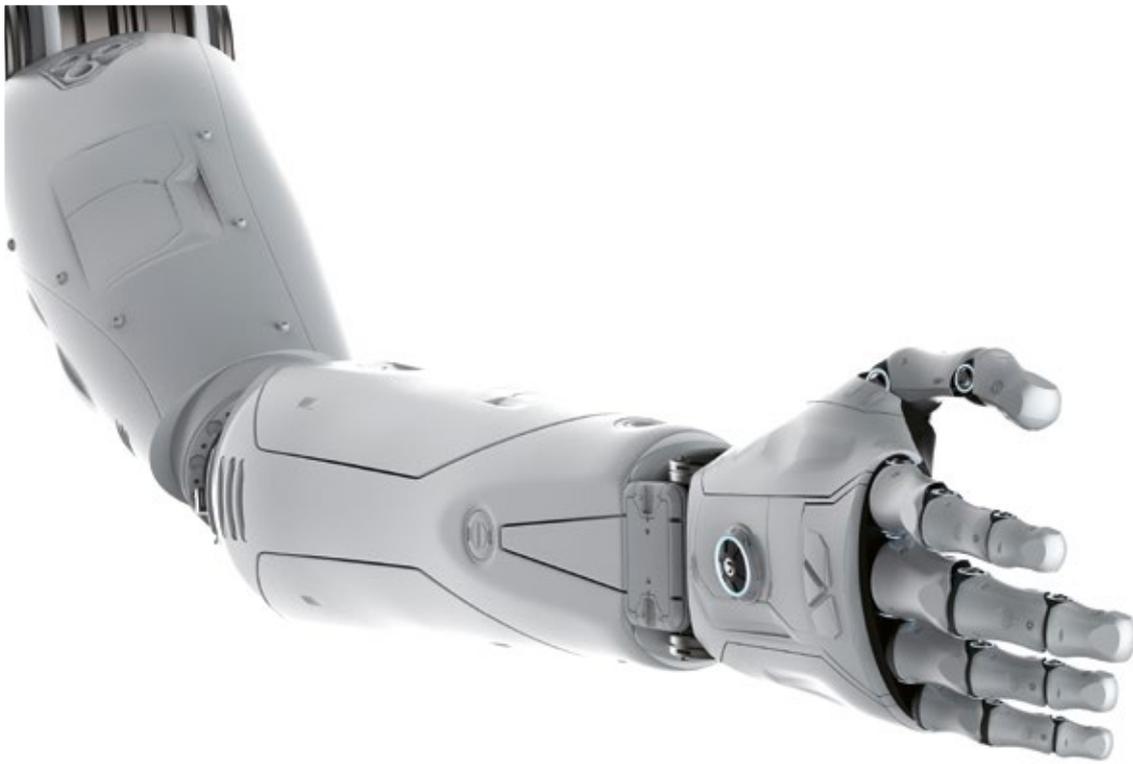




AUF DREI KRANBAHNEN IM EINSATZ

Errichtet im Jahr 1969, hat sich die Anlage nach mehreren Aus- und Umbauten zu einer der größten Mehrmodulanlagen in Deutschland entwickelt. Das DUSS-Terminal ist mit drei leistungsstarken Kranbahnen ausgestattet, wobei die dritte bereits 2012 vollständig ausgebaut wurde. Insgesamt acht Portalkrane laufen derzeit im 24-Stunden-Betrieb. Ab Oktober dieses Jahres erfolgt der Aufbau eines zusätzlichen Krans im Modul 3. Im Jahr 2025 wird das Terminal über drei Umschlagmodule und insgesamt neun Portalkrane verfügen. Das schafft Kapazitäten für das zukünftige Wachstum im Kombinierten Verkehr.





FOKUS FORSCHUNG

DER CHATBOT ALS COACH

Vanessa Mai entwickelt an der Technischen Hochschule Köln einen Chatbot, der Studierenden die Prüfungsangst nehmen soll. Noch steht ihr Team am Anfang der Entwicklung, doch eines Tages könnten auch Unternehmen von einer solchen Anwendung profitieren.

Frau Mai, Ihr Chatbot soll Studierenden die Angst vor einer Prüfung nehmen. Aber ist es überhaupt möglich, dass Menschen eine Beziehung zu einer Maschine aufbauen und ihr vertrauen?

Es gibt Untersuchungen, die zeigen, dass wir tatsächlich dazu neigen, technischen Geräten wie Computern oder Robotern menschliche Eigenschaften zuzuschreiben.

Deshalb schreien manche Menschen ihren Computer an!

Richtig. Wir haben unseren Chatbot so konzipiert, dass er so etwas wie empathische Reaktionen zeigt, mit Sätzen wie „Vielen Dank für deine Offenheit“ oder „Ich habe schon mit vielen Studierenden gesprochen, und denen geht es ganz ähnlich“. Eine erste Auswertung des Projekts hat gezeigt, dass ein solches Feedback beziehungsfördernd wirken kann. Interessanterweise fällt es vielen Nutzerinnen und Nutzern leichter, sich einem Chatbot gegenüber zu öffnen, weil sie ihn als unvoreingenommen wahrnehmen und sich nicht als Person bewertet fühlen.

Wie funktioniert er?

Bei dem Chatbot handelt es sich um ein Selbstcoaching-Tool. Wir versuchen, den Ansatz der systemischen Therapie ein Stück weit auf den Chatbot zu übertragen. Die Idee dahinter ist, dass durch gezieltes Nachfragen ein Reflexionsprozess angeregt wird. Dieser Reflexionsprozess soll den Nutzerinnen und Nutzern dabei helfen, eine eigene Strategie im Umgang mit Prüfungsangst zu entwickeln. Derzeit ist der Chatbot zwar schon KI-basiert, aber noch nicht so, wie wir das zum Beispiel von ChatGPT kennen. Er generiert keine eigenen Antworten, sondern versucht, auf Basis eines vorgegebenen Datensatzes die Aussagen der

Nutzerinnen und Nutzer zu verstehen und passende Antworten auszugeben. Da unsere Datensätze noch recht klein sind, haben wir einige Dialogstränge geskriptet, also vorformuliert. Wir haben das Thema Prüfungsangst herausgegriffen, weil es viele unserer Studierenden betrifft.

Könnte Ihr Coaching-Chatbot in ähnlicher Form auch in Unternehmen eingesetzt werden?

Das Thema Prüfungsangst ist schon sehr speziell. Aber Unternehmen kennen ähnliche Bedürfnisse. Dort gibt es immer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die vor einer Präsentation unter Lampenfieber leiden. Ein Coaching-Chatbot könnte aber auch Menschen unterstützen, die eine neue Rolle übernehmen, zum Beispiel eine Führungsposition. Eine besondere Herausforderung ist dabei der Umgang mit Zielkonflikten. Das heißt, wie gehe ich vor, wenn es mehrere Lösungswege oder keine richtige oder falsche Entscheidung gibt? Ein weiteres Anwendungsgebiet wäre ein „Train the Trainer“-Szenario: Ein Chatbot unterstützt Personen, die als Coaches tätig sind.

Haben Sie bereits Kontakt zu Unternehmen, um Ihren Bot dort zu testen?

Nicht direkt, denn bei dem Vorhaben handelt es sich um ein Forschungsprojekt. Im Moment ist es eher so, dass Unternehmen, die Coaching-Chatbots entwickeln, auf uns zukommen, um mit uns gemeinsam in Forschungsprojekten die Wirksamkeit und Akzeptanz zu untersuchen.

Was raten Sie einem Unternehmen, das einen solchen Chatbot einsetzen möchte?

Unternehmen, die noch keine Erfahrung mit Chatbots haben, empfehle ich, sich zunächst mit einer No-Code-Plattform an das Thema heranzutasten. Mit einer solchen Software kann man ohne Programmierkenntnisse eigene Anwendungen ent-

wickeln. Ich würde auch nicht gleich mit einem so anspruchsvollen Thema wie dem Coaching beginnen. Als Einstieg eignen sich Chatbots für einfache Trainings, zum Beispiel für Computerprogramme. Wichtig ist bei alledem: Holen Sie die Zielgruppe mit ins Boot. Es ergibt keinen Sinn, einen Chatbot für Themen zu entwickeln, die niemanden interessieren.

Wenn die Antworten geskriptet sind, steckt dann keine künstliche Intelligenz wie bei ChatGPT dahinter?

ChatGPT ist eine generative KI, die wir noch nicht implementiert haben. Diese Chatbots werden mit großen Datensätzen trainiert, die natürliche Gesprächsverläufe beinhalten, um die Nutzerinnen und Nutzer besser zu verstehen. Wobei verstehen im übertragenen Sinne gemeint ist. Auf diesem Gebiet werden derzeit große Fortschritte gemacht. Unser Chatbot ist noch auf vordefinierte Antworten aus unseren Trainingsdaten beschränkt.

Planen Sie, Ihren Chatbot entsprechend aufzurüsten?

Ja, wir arbeiten aktuell daran, eine generative KI einzubauen, damit der Chatbot flexibler auf die Nutzerinnen und Nutzer reagieren kann. Beim Coaching stößt die KI aber noch auf Hürden.

Welche sind das?

Es kann vorkommen, dass die KI die Frage nicht versteht oder falsch interpretiert. Dann „halluziniert“ sie, gibt also eine falsche Antwort. Bei einem so sensiblen Thema wie Prüfungsangst kann das fatal sein. Das Problem ist, dass die KI zwar Emotionen gut nachbilden kann, aber nicht wie ein Mensch agiert. Man kann versuchen zu steuern, welche Art von Antworten die KI ausgibt oder wie sie sich im Gespräch verhält. Das nennt man Prompting. Es ist wegen der schwierigen emotionalen Situation dieser Gespräche sehr verantwortungsvoll.

Glauben Sie, dass ein Chatbot, mit dem wir anonym interagieren können, das HR-Tool der Zukunft sein könnte?

Ja und nein. Chatbots werden in relativ kurzer Zeit sehr viel können und über einfache Aufgaben und die Beantwortung von Standardfragen hinaus in der Lage sein, Menschen in beruflichen Situationen zu unterstützen. Aber ich glaube nicht, dass sie die Interaktion mit einem Menschen ersetzen können oder sollen. Darauf weisen wir auch bei unserem StudiCoachBot hin.



Vanessa Mai ist Forschungsgruppenleiterin für smarte Technologien in den Bereichen Coaching und Lernen an der Technischen Hochschule Köln. Den StudiCoachBot hat sie in einem interdisziplinären Team entwickelt. Dass ein Coaching-Chatbot auch für Unternehmen sinnvoll wäre, steht für sie außer Frage.

DIE HEIMLICHE **MACHT**

Köln ist Deutschlands geheime Sporthauptstadt. 500 Millionen Euro geben Kölner*innen jährlich für Bewegung aller Art aus, unzählige Firmen und Institutionen mit sportlichem Hintergrund haben sich hier versammelt. Ein Blick auf vier besonders spannende Unternehmen.



*Nike-Jäger, Adidas-Konkurrent, das nächste große Ding: Das 2018 gegründete Laufschuh-Unternehmen True Motion hat schon viel Lob und Bewunderung ausgelöst. Verdient hat sich das Startup das mit seiner besonderen Innovationsfreude. Denn unter der Führung von Gert-Peter Brüggemann, jahrelang Leiter des Instituts für Biomechanik und Orthopädie an der Deutschen Sporthochschule Köln, hat True Motion einen modernen Laufschuh entwickelt, der Knieschmerzen um bis zu 50 Prozent reduzieren soll. Marketing und Investoren wollen die Gründer nicht. Sie wachsen, weil Kund*innen sie empfehlen, und sind damit offenbar erfolgreich. Nach eigenen Angaben hat die Firma mehr als 180.000 Paare verkauft und ist profitabel.*



*Startups gibt es viele in Deutschland. Doch die wenigsten haben so prominente Unterstützer wie das Kölner Unternehmen Prematch. Seit 2023 haben mit Jürgen Klopp, Serge Gnabry und David Raum drei weltberühmte Fußballgrößen in Prematch investiert. Überzeugt hat das 2021 gegründete Startup mit seiner Idee, Profile für Amateurfußballer*innen anzulegen und so ein LinkedIn für Hobbykicker*innen zu schaffen. Die Idee dürfte damit als eines der vielversprechendsten Sport-Startups der Bundesrepublik gelten.*

DYN MEDIA

Gekommen, um Sport zu streamen



Es war ein echter Knaller. 2022 verkündete Christian Seifert, der ehemalige Chef der Deutschen Fußball Liga, dass er gemeinsam mit Axel Springer einen Streamingdienst für Sport etablieren wolle. Mehr als ein Jahr lang werkten sie an der Plattform, bis 2023 der Startschuss für den Sender mit Sitz in Köln fiel. Seither hat Dyn mehr als 1.000 Sportevents gestreamt und sich bei Sportfans auch abseits des Milliardengeschäfts Fußball einen Namen gemacht. Anfang 2024 übertrug Dyn die Handball-Europameisterschaft. Das gab der Firma einen zusätzlichen Anschlag.

HANDBALL- UND BASKETBALLBUNDESLIGA

Alles, nur kein Fußball

Keine zehn Kilometer voneinander entfernt sitzen in Köln zwei wahre Schwergewichte der Sportorganisation. In Mülheim, unweit des Rheins, hat die easyCredit Basketball Bundesliga ihr Büro. Neben ihr gibt es mit der Handball-Bundesliga GmbH eine zweite Institution der Sportvermarktung. Beide sorgen kräftig dafür, dass die Hallen voll sind. Dass die zwei Sportriesen in Köln ansässig sind, überrascht nicht: Die Stadt gilt dank der LANXESS arena als Handball-Hochburg, und im Basketball spielten Kölner und Leverkusener Vereine lange eine wichtige Rolle.



„DAS KÖLNER PUBLIKUM IST AUSSERGEWÖHNLICH“



Heiner Brand ist eine Legende im Handball und weit über den Sport hinaus bekannt. 1978 gewann der Mann mit dem markanten Bart als Spieler die Weltmeisterschaft für Deutschland, 2007 als Trainer. Heute ist er unter anderem Sportbotschafter der Stadt Köln. Drei Fragen, drei Antworten, was Köln als Sportstadt so besonders macht.

Herr Brand, in Köln liefen im Januar die Haupt- und die Finalrunden der Handball-Europameisterschaft. Wie haben Sie die Stimmung erlebt?

Die war absolut grandios. Der Auftaktsieg der deutschen Mannschaft hat sehr geholfen. Und das vor einer Rekordkulisse von mehr als 50.000 Menschen, das ist schon ein Wahnsinn. Danach ging es mit der Hauptrunde, dem Halbfinale und dem Spiel um Platz 3 in der LANXESS arena weiter, da herrscht sowieso eine Hexenkessel-Atmosphäre.

Sie haben 2007 – ebenfalls in der Kölner LANXESS arena – die Handball-Weltmeisterschaft gewonnen. Was macht die besondere Kulisse dort aus?

Ich konnte mich gar nicht richtig darauf einlassen, weil ich ja die Mannschaft coachen musste. Aber wenn man da im Innenraum steht und 20.000 Menschen schreien, ist das extrem imposant. Eine solche Atmosphäre in dieser Größe gibt es sonst nirgendwo auf der Welt. Das Kölner Publikum ist außergewöhnlich, deshalb ist es kein Wunder, dass fast alle wichtigen Handball-Ereignisse hier ausgetragen werden. Das gilt auch außerhalb der Halle. Die Leute kommen einfach gern hierher. Die Menschen sind freundlich, die Kultur herzlich, das merken die Gäste in den Kneipen, Restaurants und Hotels. Dieses Gefühl in Köln ist sehr besonders.

Im Sommer steht die Fußball-EM an. Kann das Kölner Publikum in den Spielen einen Unterschied ausmachen?

Auf jeden Fall. Wer einmal im RheinEnergieSTADION war, der vergisst das nicht. Wenn beim 1. FC Köln die Hymne gesungen wird, ist die Stimmung magisch. Im Stadion herrscht eine Atmosphäre, die ganz anders ist als sonst in Deutschland. Das kann eine Mannschaft zum Sieg führen – oder zumindest dazu beitragen.



c/o POP

AUF DER SUCHE NACH DEM PULS

Seit 20 Jahren holt die c/o pop die Musikstars von morgen in die Stadt. In einer Branche im Umbruch ist das heute schwieriger denn je. Wie sich die Macher*innen des Festivals trotzdem ihre Nische erhalten.

Die Kommandozentrale des wichtigsten Kölner Kulturevents befindet sich in einem mehrstöckigen Gebäude hinter dem Ehrenfelder S-Bahnhof. Auf der zur Straße gewandten Seite hängt nur ein Zettel, der auf den Hintereingang verweist. Wer diesen durchschreitet und in den ersten Stock kommt, steht in einem hochmodernen Büroloft. Hier arbeitet das Organisationsteam an Line-up und Programm der 21. Ausgabe der c/o pop. Sie ist sowohl Musikfestival als auch Branchentreffen.

„Nach dem Reeperbahnfestival sind wir das zweitgrößte Festival dieser Art in Deutschland“, erklärt Ralph Christoph. Er ist Convention Director der c/o pop, leitet also den Teil,

bei dem sich Branchenvertreter*innen jedes Jahr treffen und sich über aktuelle Entwicklungen austauschen. Christoph empfängt uns gemeinsam mit Elke Kuhlen, die als Festival Director die andere Hälfte organisiert, die Konzerte und Events. Zusammen mit CEO Norbert Oberhaus bilden sie das Führungsteam.

C/O POP ALS KONSTANTE DES KULTURSTANDORTS KÖLN

Oberhaus und Christoph waren es auch, die vor ziemlich genau 20 Jahren die c/o pop ins Leben riefen. Es sei eine Art Rettungsanker für den Musikstandort Köln gewesen,

EINBLICKE IN DIE WUNDERTÜTE

erinnert sich Christoph. Die Popkomm, damals die große deutsche Musikmesse, war gerade nach Berlin abgewandert. „Das war ein allgemeiner Trend, alle wollten nach Berlin. Dem wollten wir etwas entgegensetzen“, so Christoph. Und auch wenn das erste Jahr finanziell ein Reifall war, blieben die Macher*innen dran und etablierten eine Konstante des Kulturstandorts Köln. Darauf ausruhen wollen sich die Organisator*innen aber nicht. „Die vergangene Ausgabe war unsere bisher erfolgreichste, das wollen wir dieses Jahr mindestens wiederholen“, sagt Christoph. Wie aber bleibt man über 20 Jahre in einer so schnelllebigen Branche am Puls der Zeit?

VON BLUMENKRANZ-LENA LERNEN

Dafür ist vor allem Elke Kuhlen verantwortlich. Bis 2009 war sie mit an Bord, machte eine Pause und kam 2018 als Hauptverantwortliche für das Festival zurück zur c/o pop. In dieser Position hat sie sich bereits ausführlich mit der Frage beschäftigt, wer eigentlich die Besucher*innen sind. „Der durchschnittliche c/o-Pop-Besucher ist weiblich, eher jung, vielleicht Anfang 20, kommt aus Köln und Umgebung, studiert und trägt auch gerne mal einen Blumenkranz“, fasst sie einige Faktoren zusammen. Diese fiktive Besucherin, die im Festivalteam liebevoll „Lena“ genannt wird, erwartet vor allem zwei Dinge: aktuell angesagte Musiker*innen und einen gewissen regionalen Bezug. In der Vergangenheit gelang es dem Orgateam immer wieder, frühzeitig Künstler*innen nach Köln zu holen, die in den folgenden Jahren national oder international durchstarteten: Arcade Fire spielten 2005 in Köln ihre erste deutsche Festivalshow überhaupt, Maximo Park (2005), Janelle Monae (2011) und Tom Odell (2015) kamen vorbei, bevor sie jeder kannte. Und auch die Kölner Überflieger AnnenMayKantereit traten 2013 bei der c/o pop auf, noch bevor ihnen ihr Debütalbum zum deutschlandweiten Durchbruch verhalf.

Wer angesagt ist oder sein wird, das zeigen Kuhlen und ihrem Team heute vor allem die sozialen Medien. TikTok ist inzwischen der vielleicht wichtigste Gradmesser für den potenziellen Erfolg angehender Musiker*innen. Das habe das Booking aber auch ein wenig zur Wundertüte gemacht, räumt Kuhlen ein. „Manche schlagen dann besser ein als erwartet, weil sich der Hype zwischen Vertragsunterzeichnung und Festival noch einmal gesteigert hat“, sagt sie. Manchmal flache er aber auch ab, und es kämen nur 40 Leute zu einer Show. „Die zu erkennen, die den Social-Media-Erfolg nachhaltig in eine Livenachfrage übersetzen können, ist heute die große Herausforderung. Daher sind valide Daten über die Künstler*innen wichtiger denn je: Wie viele Hörer*innen haben sie in welcher Stadt, wie liefen Auftritte und Verkäufe auf vergleichbaren Festivals oder auf Touren in anderen Ländern?“

Die Lehren, die sie aus diesem Prozess ziehen, geben sie im Messeprogramm weiter und schlagen so wieder die Brücke zum Fachpublikum. „Bei uns steht dann jemand auf der Bühne, der den anwesenden Branchenvertreter*innen kompakt erzählt, wie Erfolg auf TikTok funktioniert“, sagt Kuhlen.



C/O POP UND KLUBKOMM MACHEN KÖLNER TECHNO ZUM EXPORTSCHLAGER

Die c/o pop strahlt aber nicht nur für sich, sondern für den gesamten Kölner Kulturstandort. Als Beispiel führt Christoph die Kölner Technoszene an, die international schon lange einen sehr guten Ruf hat. „Als wir angefangen haben, war der sogenannte Sound of Cologne noch ein wenig der Prophet im eigenen Land, der nichts gilt“, so Christoph. In den Folgejahren unterstützte die c/o pop auch die Gründung der KLUBKOMM, des Verbands Kölner Clubs und Veranstalter*innen, der sich für die Förderung und Anerkennung dieses Exportschlagers einsetzte – mit Erfolg. Längst schmückt sich die Stadt gern und stolz mit ihrer Clubszene. „Köln war und ist der Kern unserer Marke und soll es auch bleiben“, erklärt Christoph. Das Erfolgsrezept? „Wir bedienen eine Nische und versuchen immer, einen Schritt vor dem Trend zu bleiben.“ Dadurch habe sich das Festival mittlerweile ein Alleinstellungsmerkmal erarbeitet, das sich auch gegen nominell größere Konkurrenten behaupten kann.

2004: die erste c/o pop

Volle 17 Tage dauert die erste Ausgabe des Festivals, länger als jede folgende. Die Organisator*innen machen aus der Not eine Tugend und setzen auf bestehende Kontakte, um einen Ersatz für die Popkomm anzubieten. Der Versuch gelingt, allerdings verliert die c/o pop im ersten Jahr viel Geld.

2008: Lost in Translation

Der Film „Berlin Calling“ des Musikers Paul Kalkbrenner feiert auf dem Festival Premiere. Allerdings wird versehentlich die falsche Kopie geschickt, nämlich eine ohne Untertitel. Internationale Besucher*innen müssen sich den Film also ungeplant auf Deutsch anschauen.

2014: Pop im Dom

Die c/o pop startet erstmals ein Projekt im Herzen der Stadt – dem Dom. Rund um das berühmte Richter-Fenster der Kathedrale stellt das Festival gemeinsam mit der Agentur Denkwerk eine Kunstinstallation auf die Beine, inklusive Smartphone-Einbindung und Orgelmusik.

2019: doppelter Umzug

Die c/o pop verlässt nach einigen Jahren das Belgische Viertel und lässt sich in Ehrenfeld nieder. Außerdem verschiebt sich der Termin vom August in den April. So wird die c/o pop zum ersten großen Festival, das im Jahr stattfindet.



DER SHOWMAN

**Die Kölner LANXESS arena ist Deutschlands größte und am besten besuchte Multifunktionsarena.
Fast zwei Millionen Besucher*innen kommen pro Jahr. Seit nunmehr 25 Jahren ist Stefan Löcher ihr Manager.
Für usp köln hat er sein Fotoalbum geöffnet – und teilt persönliche Momente.**





VON DER DROHENDEN INSOLVENZ ZUR MEISTBESUCHTEN MULTIFUNKTIONSHALLE

„Seit 25 Jahren mache ich diesen Job. In den ersten zehn Jahren waren wir ständig von Insolvenz bedroht. Und ich, damals 28 Jahre alt, war der kaufmännische Verantwortliche. Ich war zwar sehr gut ausgebildet durch meine vier Jahre bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KMPG, aber eine Insolvenz im Nacken – das braucht niemand. Es war eine intensive Zeit, in der ich nonstop gearbeitet habe. Rückblickend hat sich die ganze Arbeit mehr als gelohnt. Die LANXESS arena ist heute nicht nur regional und national, sondern auch international eine der am besten besuchten Veranstaltungsstätten. Im ersten Quartal 2023 konnten wir den zweiten Platz bei den Ticketverkäufen für Arenen belegen. Damit lagen wir zu diesem Zeitpunkt sogar vor dem Madison Square Garden in New York. Pro Jahr besuchen im Durchschnitt rund zwei Millionen Gäste unsere Veranstaltungen, wovon natürlich auch der Wirtschaftsstandort Köln profitiert.“

Bis heute investiere ich viel Zeit in meine Arbeit. Es kommt vor, dass ich nachts um halb eins gehe und morgens um acht wieder hier bin. Aus Leidenschaft, ich liebe das Livegeschäft. Es ist immer wieder ein tolles Gefühl, wenn eine Veranstaltung genau nach Plan läuft. Auch wenn ich selten ein ganzes Konzert sehen kann. Denn auch abends habe ich noch viel zu tun. Ich rufe die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an oder den Küchenchef und frage, wie es läuft. Und wenn Not am Mann ist, mache ich auch selbst noch den Einlass.“

RÄUMUNG DER LACHENDEN KÖLNARENA – CODEWORT POLONAISE

„Die Lachende Kölnarena ist für uns eine Institution. Alle 16 Termine im Jahr sind ausverkauft. Eine Veranstaltung aus dem Jahr 2003 wird mir immer in Erinnerung bleiben. Da war einer nicht reingekommen, weil er kein gültiges Ticket hatte. Er hat dann zweimal von derselben Telefonzelle aus die Polizei angerufen und gesagt, dass um 22.20 Uhr eine Bombe hochgehe.“

Die Polizei hat das sehr ernst genommen. Dann wurde in einem Lüftungsschacht ein Koffer gefunden, der dort nicht hingehörte. Ich habe mich direkt mit dem Moderator Burk Mertens abgesprochen, und der hatte eine geniale Idee: Wir machen die längste Polonaise der Welt bis zur Trainingshalle der Kölner Haie. Gut 8.000 Leute haben wir so ohne Panik aus der Arena bekommen, die anderen 2.000 mussten wir dann mit etwas Nachdruck rausholen. Am Ende stellte sich heraus, dass in dem Koffer gar keine Bombe war, wahrscheinlich hatte ihn jemand während der Bauphase liegen lassen. Die Leute konnten ihre Sachen aber erst am nächsten Tag abholen, weil die Prüfung und Freigabe der Behörden im Anschluss an die eigentliche Evakuierung so lange dauerte.“





WELTSTARS AUF DER BÜHNE – UND EIN UNVERGESSENER AUFTRIFF

„Wir haben und hatten viele große Stars bei uns. Von Aerosmith über AC/DC, Elton John und Kiss bis hin zu Lady Gaga und Beyoncé waren alle schon hier. Allein im vorigen Jahr waren es Größen wie Madonna, Sting oder Post Malone. Unvergessen ist für mich der Besuch des Sängers Prince. Als er 2011 auf die Bühne kam, beschwerte er sich über den Sound, den er vorher selbst eingestellt hatte, und ging wieder. Um seinen Frust abzubauen, fuhr er erst einmal mit dem Fahrrad um die Halle.“



HAIE-FANS SAUER, HELENE FISCHER VERLETZT UND AM ENDE ALLES GUT

„Helene Fischer war schon öfter bei uns zu Gast, aber ihr Auftritt 2023 hat alles getoppt. Sie sollte im März sieben Veranstaltungen in der Arena spielen, was etwas heikel war. Denn dann sind im Eishockey die Play-offs, und wir wissen vorher nie genau, wie weit die Kölner Haie kommen. Also gehen wir immer ein bisschen ins Risiko, denn es besteht die Gefahr von Überschneidungen. Die Arena für Spiele zu blocken, die dann gar nicht stattfinden, steht im Widerspruch zu den ökonomischen Zwängen unseres zu 100 Prozent privatwirtschaftlichen Geschäftsmodells. Wir sind eine Multifunktionsarena, wir tun sehr, sehr viel für den Eishockeysport. Aber der derzeitige Modus der Deutschen Eishockey Liga mit Best-of-seven-Play-off-Serien ist eine Herausforderung. Für nicht städtische Venues lässt sich das kaum bis gar nicht abbilden. Das sagen wir der Liga seit 25 Jahren.“

Es kam, wie es kommen musste: Ein Viertelfinalspiel kollidierte mit einem Konzert. Die Haie mussten eine Ausweich-Spielstätte in Krefeld organisieren, die Eishockeyfans waren sauer. Und dann, wenige Tage bevor die Konzerte losgehen sollten, kam der Anruf: Helene Fischer hat sich verletzt, die Shows können nicht stattfinden. Das war der Wahnsinn. Die Haie konnten also doch bei uns spielen. Helene Fischer ist im Sommer aufgetreten, und alle sieben Shows waren ausverkauft. Mehr als 100.000 Fans haben die Konzerte besucht, das war ein richtiger Marathon. Das hatte es bei uns in 25 Jahren noch nie gegeben. Bedankt haben wir uns dafür bei Helene Fischer mit einem Sold-out-Award und einem Karnevalsorden, den wir extra für sie haben anfertigen lassen.“

ALS NICHT NUR KLITSCHKO INS ZITTERN KAM

„Es war Ende Oktober 2010, als Vitali Klitschko anfragte, ob er im März bei uns in der Arena kämpfen könne. Klitschko war damals das Größte, was es im Boxen gab. Der Kampf sollte im März stattfinden, also wieder während der Play-offs im Eishockey. Die Kölner Haie standen damals auf dem letzten Platz. Jeder Eishockey-Experte hätte damals gesagt, dass die Saison für sie gelaufen ist. Also haben wir Klitschko zugesagt. Eine gute Woche dauert es normalerweise, die Arena für den Kampf umzubauen. Durchgeführt und übertragen wurde er von RTL. Aber ab der Sekunde, in der wir unterschrieben haben, haben die Haie alles gewonnen.

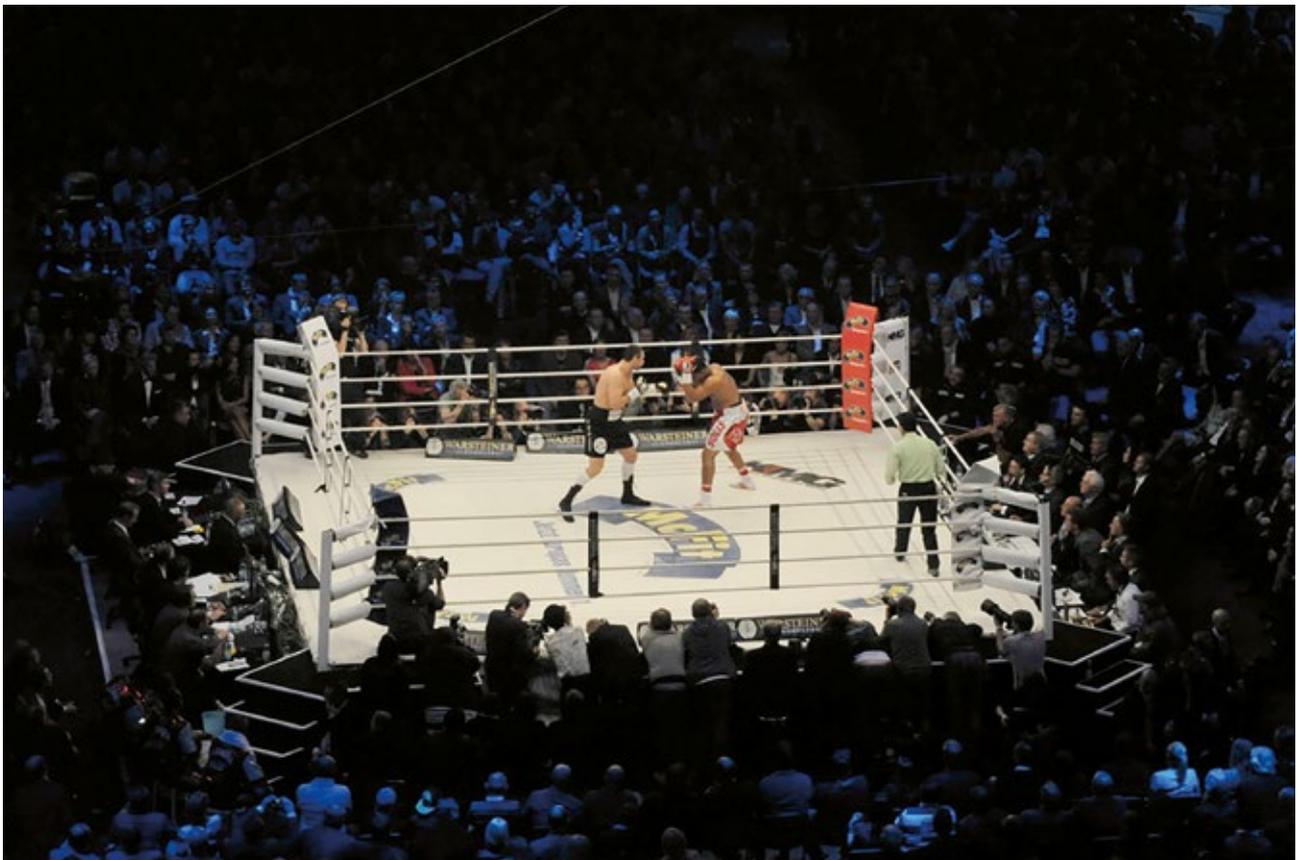
Und dann wird man langsam nervös. Da der Boxkampf an einem Samstag stattfinden sollte, musste ich RTL mitteilen, dass Sonntag und Dienstag wegen der Eishockey-Playoffs nicht verfügbar sein könnten. Trotz anfänglicher Einwände stimmte RTL schließlich zu, auch als ich später verkünden musste, dass der Freitag für die Generalprobe ebenfalls ausfiel. Da wird normalerweise noch mal alles getestet, jedes Kabel. Denn da hängen Millionen an Werbeeinnahmen dran.

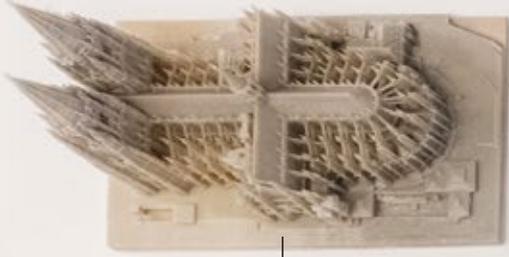
Die Haie sind dann am Freitag sang- und klanglos untergegangen. Der Klitschko-Kampf am nächsten Tag dauerte auch nur 169 Sekunden. Zum Glück flogen danach keine Stühle.“

DER TRAUM VOM SKYWALK

„Es war schon immer mein Traum, dass wir ganz oben über dem Bogen, der an der höchsten Stelle 76 Meter hoch ist, einen Skywalk machen. Lange Zeit haben wir das nur halbherzig verfolgt. Aber jetzt sind wir wirklich so weit, dass wir alles geklärt haben: TÜV, Bauaufsicht, Statik, Eigentümer und so weiter. Wir werden das jetzt umsetzen. Man ahnt gar nicht, wie viel Platz da oben ist. Luke Mockridge hat dort schon mit einer Band gespielt.

Der Skywalk wird ein weiterer touristischer Hotspot für Köln. Auch wenn die Idee etwas geklaut ist. Wir reihen uns damit ein in Metropolen wie Sydney oder London. Dort gibt es solche Skywalks schon.“





3-D-Ausdruck des digitalen Domzwillings, der mithilfe von Drohnen erstellt wurde

Gipsabdruck als Erinnerung an ein „kleines Wunder“: Der Originalkopf des römischen Soldaten vom Michaelsportal galt seit dem Zweiten Weltkrieg als verschollen. 2017, just im Jahr der Portalsanierung, meldeten sich Nachfahren eines G. I. aus den USA: Sie hatten den Kopf im Nachlass entdeckt.



Eine Kreuzblume, wie sie in verschiedenen Größen und Variationen tausendfach im und auf dem Dom zu finden ist

PAUSENAUFSICHT

PETER FÜSSENICH

KÖLNER DOMBAUMEISTER

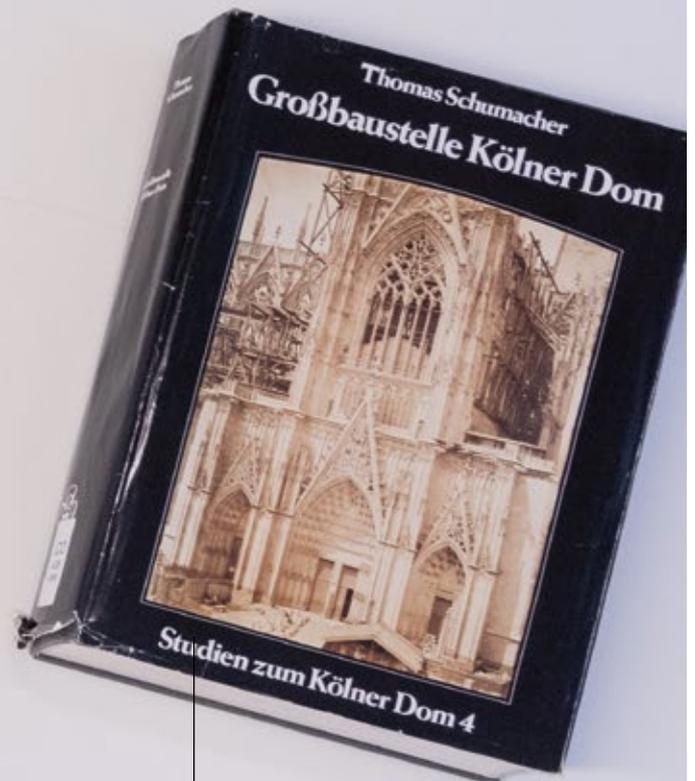
**Bekannte Kölner*innen machen eine Pause.
Wir ein Foto von ihrem Schreibtisch.**

In der Mappe werden Dokumente zur Unterschrift und Siegelung vorgelegt.

Originalgetreue Kopie eines Schlusssteins von der Unterseite eines Baldachins. Für die Steinmetz*innen gehören Baldachine zu den kompliziertesten Aufgaben. Ihre Herstellung erfordert eine Arbeitszeit von anderthalb Jahren.



Das Strebewerk der Südseite bleibt Schwerpunktbaustelle – und zwar bis zum Jahr 2070, schätzt der Dombaumeister. Der historische Sandstein leidet unter Umweltbelastungen.



Tägliches Nachschlagewerk, um Bauteile aus dem 19. Jahrhundert einzuschätzen – der Zeit, in der der Dom fertiggestellt wurde

Wissenschaftliches Jahrbuch des Zentral-Dombau-Vereins, das die Arbeiten dokumentiert – ebenfalls unentbehrlich für Peter Füssenichs Tätigkeit. Hier veröffentlicht er den Dombaubericht.



Ohne Kaffee geht beim Dombaumeister nichts, bekennt er.



Lukas Winkelmann und Enrico Sablotny sind Gründer des Pottkind in der Kölner Südstadt. Das Restaurant führt einen Michelin-Stern. Ihre Tipps geben die beiden Inhaber nur gemeinsam. Denn Pottkind geht ohne den jeweils anderen nicht.

BUSINESSLUNCH

POTTKIND EMPFIEHLE: AUGUSTIN

„Unsere erste Adresse für einen Businesslunch ist das Restaurant Augustin. Im hübschen Kunibertsviertel liegt es ruhig und doch zentral, Gäste von außerhalb sind schnell am Hauptbahnhof. Die Location ist einzigartig: Die schwungvollen, hohen Decken sind mit einem imposanten Lampengarten behangen, an dem man sich nicht sattsehen kann. Innen ist es zeitgemäß elegant, und der großzügige Innenhof ist dank der bewachsenen Fassade eine großstädtische Idylle, die man in Köln so nicht erwartet. Zusammen mit dem aufmerksamen, netten Service und dem vorzüglichen Essen entsteht eine großartige Atmosphäre, in der man sich wunderbar fallen lassen kann. Und sei es nur für die Mittagspause an einem stressigen Tag. Kulinarisch überzeugt das Augustin, die Mittagskarte ist abwechslungsreich, auf die Saison abgestimmt und beinhaltet alles: von der entspannten Pasta bis hin zu anspruchsvollem Hummer. Bei Spitzenkoch Eric Werner sind Fisch und Meeresfrüchte immer eine Empfehlung wert, besonders die Produktqualität und die handwerklich perfekte Zubereitung finden wir klasse. Aperitifs und Weine wechseln regelmäßig, auch da sollte man auf die Empfehlung vor Ort vertrauen. Angenehm sind außerdem die Preise. Die Suppen beginnen bei zehn Euro, ein Fischgericht gibt es für 30 Euro. Bei dieser außerordentlichen Qualität ist das äußerst fair.“



IMPRESSUM

Herausgeberin

KölnBusiness Wirtschaftsförderungs-GmbH,
Börsenplatz 1, 50667 Köln

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 18 Abs. 2 MStV

Steffen Eggebrecht, Börsenplatz 1, 50667 Köln

Projekt- und Redaktionsleitung

Sabrina Birkenbach, Jenny Filon, Christina Rothfeld

Redaktion

dreimaldrei Journalistenbüro,
Kaiser-Wilhelm-Ring 3–5, 50672 Köln

Lektorat

Shirin Faupel, Svenja Hauerstein, Sebastian Schulin

Konzeption, Gestaltung, Headlining

vonHand GmbH Kreativagentur (wirsindvonhand.com)

Druck

LUC GmbH, Hansaring 118, 48268 Greven

Die Inhalte beruhen auf den Informationen, die der Redaktion bis zum 1. März 2024 vorlagen. Sie geben nicht in jedem Fall die Meinung der Herausgeberin wieder. Ein Teil der Informationen wurde mithilfe künstlicher Intelligenz erstellt. Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Änderungen behalten wir uns vor. www.koeln.business

Bildquellenverzeichnis

S. 1	Titelseite: Ricardo Wiesinger
S. 4/5	Inhaltsverzeichnis: Ricardo Wiesinger, Marko Seifert, Thilo Schmülgen, Nick Wulff, Ronald Liedmeier
S. 7	Aktuelles: Facts and Fiction, Karin Maigut, Markus Zielke
S. 8–11	Stadt im Wandel: Lukas Roth, STRABAG- ECE-HH-Vision, Nick Wulff, Manfred Daams
S. 12/13	City der Zukunft: bloom images, Hansainvest Real Assets
S. 14/15	Titelfoto Schwerpunkt: iStockphoto/Martina_L
S. 16	Essay: Rheingold
S. 17–19	Feature: Atlas Copco, ENGIE, Next Kraftwerke
S. 20–23	NKT Interview: Ricardo Wiesinger, NKT
S. 24/25	Wärmepumpe XXL: RheinEnergie AG
S. 26/27	NetCologne: Ronald Liedmeier
S. 28/29	Startup ONIQ: ONIQ
S. 30/31	Abfluss-AS: Thilo Schmülgen
S. 32/33	Ressourceneffizienz: objectiv, Pfeifer & Langen
S. 34/35	Köln schafft Ordnung: Rimowa, Mindzeit, emiigo
S. 36–41	Das Eifeltor zur Welt: Marko Seifert
S. 42/43	Der Chatbot als Coach: iStockphoto/ PhonlamaiPhoto
S. 44–46	Sportstadt Köln: Ronald Liedmeier, dpa
S. 47–49	c/o pop: Thilo Schmülgen
S. 50/51	LANXESS arena: Helene Fischer: AMG, LANXESS arena
S. 52/53	Peter Füssenich: Thilo Schmülgen
S. 56	Businesslunch: Pottkind

Dieses Magazin wurde klimaneutral produziert und auf FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt, das mit dem EU-Ecolabel ausgezeichnet ist.

ALLES IN ORDNUNG !?

 KölnBusiness

