

# KÖLN-BONN MANAGER

Wirtschaft. Regional. Spannend.

LEBEN IN KÖLN-BONN

**MANAGER GOLFCUP**

BUSINESS IN KÖLN-BONN

**HypoVereinsbank Köln**

SZENE

**Oldtimer Szene**

TITELPORTRÄT

**PLANSECUR**

**Die Finanzplaner**

TITELSTORY

**Bauwirtschaft I**

Ausgabe 2 · 3. Jahrgang  
Mai 2010 · 2,80 €



Das Unternehmer-Magazin für Köln-Bonn.  
Gratis ab € 500.000 Jahresumsatz.  
[www.koeln-bonn-manager.de](http://www.koeln-bonn-manager.de)



# Köln verbindet Menschen

Eine (Wirtschafts-) Botschaft für die Welt

**F**ritz Jäckel betreibt ein Kölsch-Brauhaus in Peking, Martin Richenhagen ist der Chef des größten Landmaschinen-Herstellers in den USA, Hayati Önel kommt aus der Türkei und betreibt in Köln eine Druckerei und der Inder Kiran Malhotra ist der Inhaber einer Bekleidungsfirma in Köln. So unterschiedlich diese Menschen auch sind, es verbindet sie etwas miteinander. Alle vier haben eine besondere Beziehung zu Köln, weil es ihre Heimatstadt ist und sie gerne dort leben und arbeiten. Und genau diese Botschaft tragen sie in die Welt hinaus, denn sie alle sind Wirtschaftsbotschafter der Stadt Köln.

Mit dem Ziel, die Bekanntheit des Wirtschaftsstandortes Köln weiter zu steigern, ernannte der ehemalige Oberbürgermeister Fritz Schramma im Herbst 2005 etwa 140 Unternehmer und Repräsentanten wirtschaftsnaher Institutionen zu Wirtschaftsbotschaftern der Stadt. Inzwischen sind es gar rund 150, die



Wirtschaftsdezernent Dr. Norbert Walter-Borjans

im Kölner Raum leben und in ihren jeweiligen Heimatländern oder aber als Deutsche im Ausland internationales Standortmarketing für Köln betreiben.

„Menschen, die jenseits der Grenze Kölns

in ihrem jeweiligen Umfeld hohe Glaubwürdigkeit genießen und zu Köln stehen, sind für uns von entscheidender Bedeutung“, sagt Kölns Wirtschaftsdezernent Dr. Walter Borjans und nennt ein konkretes Beispiel: „Wenn ein ausländischer Unternehmer mit dem Gedanken spielt, sich in Deutschland niederzulassen, zählen zunächst einmal harte Fakten wie Lage und Verkehrsverbindungen. Hier ist Köln in der Regel immer dabei. Aber wenn drei bis vier Städte zum Schluss übrig bleiben, wählt der Unternehmer die Stadt, in der er die besten Erfahrungen gemacht hat.“

## Im engen Kontakt

Die Kommunikation mit den Wirtschaftsbotschaftern und der Austausch untereinander stellen daher einen wichtigen Schwerpunkt der Arbeit des Amtes für Wirtschaftsförderung dar. „Leute, die im Ausland leben, haben eine extrem emotionale Bindung an die Stadt“, erzählt Dr. Borjans. Umso mehr freuen sie sich über „Post aus der Heimat“, wie der regelmäßig versandte elektronische Newsletter heißt. Darüber hinaus erhalten die Botschafter immer wieder aktualisierte Argumentationshilfen zu den Qualitäten des Standortes, regelmäßige E-Mails zu wirtschaftsrelevanten Veranstaltungen und das Köln Magazin.

Umgekehrt fordern viele Botschafter auch aktuelles Informationsmaterial an, das sie im Ausland verteilen und bei Gesprächen mit ausländischen Gästen einsetzen. Einige tragen auch konkrete Projektideen an die Wirtschafts-



Hayati Önel, Vorsitzender des türkisch-deutschen Unternehmerverbandes und im Vorstand der Kölner IHK.

förderung heran und stellen ihr jeweiliges Hintergrundwissen in Bezug auf ihre Zielländer zur Verfügung, so wie Martin Richenhagen, der der Wirtschaftsförderung empfahl, in Boston Veranstaltungen zu organisieren.



Oberbürgermeister Jürgen Roters

Mit ihrer konkreten Einbindung in Projekte des Standortmarketings erzielten einzelne Botschafter beispielsweise in China und Indien schon etliche Erfolge. So bereitete Zhou Meng, die im Kölner Raum lebende Tochter eines Universitätsprofessors, mit ihren guten Kontakten zum Oberbürgermeister in Peking der deutschen Delegation den Weg. Sie unterstützt mit ihrem eigenen Unternehmen join universe china consulting die China-Offensive der Stadt Köln durch direkte Kontakt-Vermittlung und das Organisieren und Leiten von deutsch-chinesischen Treffen mit Teilneh-



Zhou Meng, Geschäftsführerin join universe china consulting.

mern aus Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur. Zudem sorgt sie für Berichterstattungen über die Stadt Köln in chinesischen Medien.

Ulrich Bäumer wiederum wirkte im Rahmen der Indienwoche 2010 an der Durchführung der BITKOM/NASSCOM mit. Der Rechtsanwalt, der in der internationalen Anwaltskanzlei Osborne Clarke die „India Group“ leitet und die Mandanten im Bereich der Informationstechnologie und im allgemeinen Wirtschaftsrecht berät, war maßgeblich an der Ansiedlung von drei indischen IT-Unterneh-

men in Köln beteiligt und ist derzeit damit beschäftigt, weitere Unternehmen dieser Branche nach Köln zu holen. Bei Indien-Reisen des Oberbürgermeisters ist Bäumer als Delegationsmitglied involviert. Auch Jean Möhring aus den Niederlanden trug maßgeblich zum Erfolg von Projekten in seinem Land bei.

## Das Amt als Auszeichnung

Der Lohn dafür ist mehr ideell, denn materiell. Denn das Amt des Wirtschaftsbotschafters ist ein vom Oberbürgermeister verliehener Ehrentitel, der als Auszeichnung gilt und rein ehrenamtlich ausgeübt wird. Trotzdem ist es sehr geschätzt. Das belegt die Tatsache, dass sich die meisten der aus in Köln ansässigen ausländischen Unternehmen ausscheidenden Geschäftsführer an den Oberbürgermeister wenden, um ihren Nachfolger für das Amt vorzuschlagen, wie Dr. Borjans erzählt. Neben einem feierlichen jährlichen Empfang der Wirtschaftsbotschafter finden seit 2008 auf besonderen Wunsch der Akteure auch weitere Arbeitstreffen statt. Das letzte war im Februar im Hansasaal des Historischen Rathauses. Zu diesem hatte der neue Oberbürgermeister Jürgen Roters eingeladen, um sich den 60 anwesenden Wirtschaftsbotschaftern persönlich vorzustellen. ■



Dr. Norbert Walter-Borjans und Ulrich Bäumer, Partner der internationalen Kanzlei Osborne Clarke, im Gespräch.