



Die Wirtschaftsförderung informiert

Gewinnen
Sie einen
Hinterglas-
druck!

Schwerpunktthema

Gut gebrüllt, Löwe!

In Düsseldorf entwickeln mehr als 700 Werbeagenturen starke Auftritte für Unternehmen. Warum die Branche im Fokus der Wirtschaftsförderung steht, erfahren Sie in diesem Heft.



Ein starker Auftritt ...



... ist für jedes Unternehmen wichtig, das wissen Sie, liebe Leserin und lieber Leser, nur zu gut. Marketing und Werbung sind bei der herrschenden Angebotsfülle an Waren und Dienstleistungen das A und O im Wettbewerb um Kundinnen und Kunden. Auch eine Stadt agiert nach Marketingkonzepten, um sich für Investoren, Unternehmen und die dazugehörigen Fachkräfte, aber auch für Städtereisende besonders attraktiv zu zeigen.

Die Landeshauptstadt Düsseldorf hat für die Marketing- und Werbebranche immer eine besondere Rolle gespielt. Hier hat die neue deutsche Werbung das Laufen gelernt und hier wurden Slogans und Kampagnen entwickelt, die heute Klassiker sind und die zumindest meiner Generation unvergesslich bleiben werden. Seit bald 20 Jahren sind Düsseldorfer Werbeagenturen führend in ihrem Metier. Mit 5,34 Mrd. Euro Bruttoeinnahmen sind diese Berufsgruppen wichtige Steuerpflichtige und in ihren Agenturen finden etwa 6.700 Menschen Arbeit. Viele vor- und

nachgelagerte Berufszweige leben von den Geschäften, die die Werbung generiert.

Werbung und Marketing und die gesamte Kreativwirtschaft stehen daher seit vielen Jahren im besonderen Blickpunkt der Wirtschaftsförderung: Unser Unternehmensservice hält für die Kreativen besondere Immobilienangebote bereit, und die kreative Gründerszene unterstützen wir mit maßgeschneiderten Beratungsangeboten.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre.

Ihr

Thomas Geisel
Oberbürgermeister
der Landeshauptstadt Düsseldorf

Inhalt

Gewinnen Sie einen Hinterglasdruck!

Preisrätsel



Wir verlosen einen Hinterglasdruck Ihres Lieblingsfotos!

Seite 10

Blickpunkt Wissenschaft und Wirtschaft

Auftragsforschung an der FH D



Die Fachhochschule Düsseldorf ist Kooperationspartnerin für Unternehmen

Seite 11

Informationen für die Wirtschaft

Qualifizieren Sie Ihre eigenen Leute!



Wie aus Ungelernten qualifizierte Fachkräfte für Ihren Betrieb werden

Seite 7

Branchenspiegel

Neue Unternehmen am Standort



Die grey healthcare group kam von Köln in die Werbemetropole Düsseldorf

Seite 14



Die Kampagne wurde von der Agentur BUTTER. entwickelt.

Werbung, die sich auszahlt

Auf unserem Einkaufszettel stehen „Tempos“, „Persil“ oder „Lenor“, „duschdas“ oder „Schauma“, „Q-tips“ oder „UHU“. Damit meinen wir dann Papiertaschentücher, Waschmittel und Weichspüler, Duschgel und Shampoo, Wattestäbchen und Kleber. Daran wird deutlich, was Markenpräsenz bedeutet, wie mächtig Werbung ist und was sie in den Köpfen der Menschen macht.

Versuchen Sie nur einmal, beim Anblick eines palmen-gesäumten Traumstrandes nicht an Bacardi zu denken und nicht direkt den „Bacardi-Song“ als Ohrwurm im Kopf zu haben ... Wenn 99 Prozent der Befragten beim Anblick eines gezeichneten, glatzköpfigen Muskelmannes mit blauen Augen sofort den richtigen Markennamen sagen und damit noch Glanz und Sauberkeit verbinden, dann hat es eine Marke „geschafft“, so wie Meister Proper, entwickelt von GREY Düsseldorf. Werbung und Marketing entscheiden über das Wohl und Wehe von Unternehmen, mit und durch Werbung wird Geld verdient, bei den Agenturen und bei ihren Kundinnen und Kunden.

.... läuft und läuft und läuft ...

Das wissen die 748 Düsseldorfer Werbeagenturen sehr gut, denn sie sind die Umsatzmaschinen ihrer Branche: Knapp 20 Prozent der insgesamt 28 Mrd. Euro, die Unternehmen in Deutschland in ihre Werbung stecken, fließen in die Taschen Düsseldorfer Agenturen, insgesamt sind es 5,34 Milliarden Euro. Damit ist Düsseldorf, was die hier betreuten Werbeetats angeht, am erfolgreichsten in Deutschland – und das immerhin seit rd. 20 Jahren in Folge. So lange schon beobachtet und betreut die Wirtschaftsförderung die Werbewirtschaft als eine ihrer Schwerpunktbranchen. Mit einem Umsatz von

2,61 Mrd. bzw. 2,5 Mrd. Euro folgen Hamburg und München. Das als „Kreativenstandort“ so hochgelobte Berlin kann, was die Umsätze angeht, nicht mithalten: Mit 1,32 Mrd. Euro belegt es derzeit den 6. Platz unter den deutschen Werbegroßstädten.

Es gibt Dinge, die kann man nicht verbessern

Für alle jenseits der 40 sind die Werbeslogans und -ideen aus Düsseldorf zeitlose Klassiker: Bei „Nichts ist unmöglich“ sehen wir Toyotas singende Affen. Wir erinnern uns, dass früher jemand meilenweit für eine Camel Filter ging, und auch der Weiße Riese ist für uns ein alter Bekannter.

Die Wirtschaftsförderung macht mobil, bei Arbeit ...

Warum ist die Werbebranche eigentlich so interessant für die Wirtschaftsförderung? „Das Geschäft mit dem guten Namen von Unternehmen, Dienstleistungen und Produkten schafft Arbeitsplätze“, weiß Amtsleiter Uwe Kerkmann: „Knapp 6.700 Menschen leben in Düsseldorf davon. Auf 10.000 Einwohnerinnen und Einwohner gerechnet mehr als in jeder anderen deutschen Stadt.“ Dazu kommen all die vor- und nachgelagerten Firmen, Einzelkämpferinnen und Einzelkämpfer, die den Werbenden zuarbeiten: Grafikerinnen oder Illustratoren, Softwareentwicklerinnen oder Programmierer, Modellagenturen oder Fotostudios, Druckereien oder Marktforschungs-

institute, Tonstudios oder Musikproduktionen, Filmfirmen oder Messebauunternehmen. Dies sind nochmals Tausende Leute, die von der Werbung leben. „Die Branche hielt dieses hohe Beschäftigungsniveau selbst in konjunkturschwachen Jahren und war so immer ein Garant für 6.000 bis 7.000 Arbeitsplätze in der Landeshauptstadt“, so Amtsleiter Uwe Kerkmann weiter.

Qualität (bei der Beratung) ist das beste Rezept

Nicht nur Werbung und PR zählen zu den Schwerpunktbranchen der Wirtschaftsförderung, sondern die ganze starke Kreativszene. Dazu zählen auch die Berufsgruppen Architektur, Modedesign, Grafik, Software- und Spieleprogrammierung, Film oder Journalismus. Insgesamt sind es weit über 4.000 Unternehmen. Die Wirtschaftsförderung setzt auf eine langfristige Strategie zur Stärkung und Profilierung des Kreativstandortes. Hierzu gehört Netzwerkarbeit, aber auch die persönliche Beratung von Gründungswilligen dieser Berufe, Coachingzirkel für frisch gebackene Unternehmen oder Vorträge und Veranstaltungen gehören dazu. Christiane Knoll ist Ansprechpartnerin für die Kreativen. Damit die Branchenarbeit auf gesunden Füßen steht, versorgt Alexander Löser seine Kolleginnen und Kollegen im Amt mit den neuesten Arbeitsplatz- und Umsatzstatistiken. Immobilienexperte Markus Dörsing hält für seine kreative Klientel sogar besondere Immobilienangebote bereit, denn die Nachfrage nach Flächen ist groß. „Die Spanne ist breit zwischen großen Unternehmen und kleinen Nischengründungen, die Wünsche reichen von einem Coworking-Arbeitsplatz bis hin zum Groß- raumbüro, vom kleinen, preiswerten Hinterhof für Start-ups bis hin zu repräsentativen Gebäuden für gestandene Firmen“, so Dörsing.

Wenn einem so viel Gutes widerfährt

In Düsseldorf arbeiten aber auch die erfolgreichsten Mediaagenturen Deutschlands. Ihr Tagesgeschäft ist die Ausarbeitung sog. Mediapläne, d. h., sie entscheiden darüber, wie die erfolgreichen Spots und Kampagnen erscheinen, ob im Radio oder im Fernsehen, als Werbeapp oder als Anzeigenkampagne – und vor allem in welchen Medien. Große Werbeagenturen, insbesondere internationale Agenturnetzwerke, betreiben meist eigene Mediaabteilungen oder sogar mehrere angegliederte Schaltagenturen. An erster Stelle steht hier die GroupM mit Hauptsitz in Düsseldorf, die ein Etatvolumen ihrer Kunden aus Deutschland von 6,76 Mrd. Euro verwaltet.

VivaKi, angesiedelt auf dem Gelände des ehemaligen Derendorfer Güterbahnhofs, bringt es auf einen bundesdeutschen vierten Platz mit einem Volumen von 2,01 Mrd. Euro. Bei den Einzelagenturen steht die MediaCom aus Düsseldorf ganz oben, sie entscheidet über ein Billingvolumen von 3,45 Mrd. Euro.

Die wahrscheinlich längste Praline der Welt

„Funktioniert das Produkt, kann man es benutzen. Ist das Design gut, will man es benutzen!“, so bringt Reiner Wallbaum, Chef der Firma ElbeEichhorn, das Prinzip des Produktdesigns auf den Punkt. Denn die beste Kampagne nutzt nichts, wenn das Produkt nicht smart genug aussieht, funktioniert oder die Verpackung die Kundinnen und Kunden nicht reizt. Was aus Wallbaums Werkstatt in der Brunnenstraße kommt, wollen Mann und Frau haben. So etwa den Pelikanstift, der sogar mit dem internationalen Designpreis „Red Dot“ ausgezeichnet wurde, übrigens schon der dritte der „Design-Oscars“, den die kleine Agentur einfährt. Produktdesign aus Düsseldorf finden wir aber in nahezu allen Supermarktregalen: ültje, natreen, Dr. Oetker, Prinzen Rolle, duplo, Veltins, delial-Sonnenöl, biff, Badedas, Pril, die Reihe der Produkte, die die renommierte Designagentur Brösske, Meyer & Ruf gestaltet hat, ließe sich nahezu beliebig lang fortsetzen.

Hier sitzen Sie in der ersten Reihe

In den vergangenen Jahren sind etliche private Hochschulen in Düsseldorf vor Anker gegangen, die den Nachwuchs in den vielfältigen Medienberufen ausbilden: die AMD (Akademie Mode & Design), der KreativKader, die DAMK (Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation), die EMBA (Europäische Medien- und Business-Akademie), die MD.H (Mediadesign Hochschule für Design und Information), das Design Department, das Studieninstitut für Kommunikation oder das IN.D (Institute of Design). Für Düsseldorfer Firmen bietet das handfeste Vorteile: Die Hochschulen suchen immer wieder den Bezug zur Praxis. Win-win für Firmen und Studierende. Die Konditorei Heinemann, das Straßmagazin fiftyfifty, die Rheinbahn oder der Aquazoo, sie alle sind Beispiele für Unternehmen, die sich von Studierenden Kommunikationsideen entwerfen ließen. Wussten Sie übrigens, dass das bis heute verwendete Logo der Stadtwerke Düsseldorf von Studierenden des Fachbereichs Design der FH Düsseldorf entwickelt wurde? Die Wirtschaftsförderung stellt auch für Sie gerne den Kontakt zu Kreativen her!



„Wir sind nicht an allem interessiert, aber offen für alles Neue“

Der Marketing-Club Düsseldorf (MCD) feierte sein 60-jähriges Jubiläum „MCD 6.0“. Im September verlieh er aus diesem Anlass erstmals den **MARKETING AWARD :DÜSSELDORF** für herausragendes Marketing an die Firma **Brauerei im Füchschen**. Ist eine Mitgliedschaft vielleicht auch für Sie interessant? Die Wirtschaftsförderung informiert.

Wer kann Mitglied werden?

Jede mit Marketing im weitesten Sinne befaste Führungskraft – branchenunabhängig. Der Jahresbeitrag beträgt 260 Euro. Der MCD hat 740 Mitglieder, quer durch alle Branchen: Anwältinnen und Anwälte, Apothekerinnen und Apotheker, Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer, Banken, Hotels sowie Werberinnen und Werber, von der AOK bis zu Vodafone. Die Mitglieder sind somit ein Spiegel des breiten Düsseldorfer Branchenmixes.

Was bietet der MCD seinen Mitgliedern?

Der MCD ist ein Begegnungsforum, das – über den Tellerrand des eigenen Geschäftsfeldes hinaus – eine Plattform für den Austausch von Erfahrungen darstellt.



DDB Tribal in Düsseldorf für Henkel.

Wie passiert das?

- Vortrags-, Diskussions- und Netzwerkveranstaltungen
- Unternehmensexkursionen
- Begegnung mit anerkannten Marketingpraktikerinnen und -praktikern, Unternehmerinnen und Unternehmern sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern
- Workshops zur Vertiefung des Netzwerkes der über 740 Clubmitglieder

Was sind die Ziele?

Der MCD will Firmen jeglicher Branchen helfen, die Marketingmethoden und -instrumente richtig und gewinnbringend einzusetzen, und seinen Mitgliedern Erkenntnisse über inner- und außerbetriebliche Voraussetzungen konsequenter Marketingarbeit näherbringen. So können Probleme früher erkannt und aktiv gelöst werden.



Information:
Marketing-Club Düsseldorf e. V.,
Aldekerkstraße 9, Telefon: 6415065,
info@marketing-club.net,
www.marketing-club.net

Baumpatenschaft



Auch Firmen können dazu beitragen, die Schäden des Pfingststurmes durch Neuanpflanzungen von Bäumen zu beheben. Mit einer Baumpatenschaft können Sie Verantwortung für „Ihren“ Baum übernehmen. Aber auch „normale“ Spenden sind hochwillkommen. Die Stadt hat ein Spendenkonto eingerichtet.

Wer durch eine Spende von 600 Euro eine Patenschaft für einen Baum übernimmt, erhält eine Urkunde über „ihren“ bzw. „seinen“ Patenbaum. Spenderinnen und Spender, die damit einverstanden sind, werden zusätzlich auf einem Baumschild genannt. In einigen Anlagen wird später eine Tafel mit den Namen der Baumspenderinnen und -spender aufgestellt. Das Gartenamt wird die jeweiligen Spenderinnen und Spender informieren, wann der Baum gepflanzt wird. Baumpatinnen und -paten haben auch die Möglichkeit, die Kosten für eine Baumpflanzung inklusive Baumgrube und Pflege des Jungbaumes zu übernehmen – die Gesamtkosten dafür belaufen sich auf 2.500 Euro. Es gibt aber auch die Möglichkeit einer Teilpatenschaft – ab einer Spendenhöhe von 50 Euro. Sie wünschen keine Baumpatenschaft, möchten aber dennoch einen Geldbetrag spenden? Auch das ist möglich!

Information: www.duesseldorf.de/baumspende/spenden/index.shtml





Reisende soll man nicht aufhalten!

Bei einer Umfrage in Düsseldorfer Abschlussklassen gaben nahezu 20 Prozent der Haupt- und Realschülerinnen und -schüler an, „erst einmal ins Ausland zu wollen“. Ermöglichen Sie also Ihren Azubis und Gesellinnen und Gesellen diesen Wunsch; Stipendienprogramme der EU übernehmen die Kosten! Die jungen Leute werden es Ihnen durch Motivation, Engagement und Loyalität zum Betrieb danken – und sind Ihre Werbebotschafterinnen und -botschafter.

Machen Sie sich beliebt!

Internationale Austauschprogramme wie Erasmus+ stehen seit neuestem Auszubildenden offen, auch fertigen Gesellinnen und Gesellen. Finanziert werden die jungen Leute dabei von der EU. Das ist ohne Kosten für Sie, aber Ihre Firma profitiert, wenn hochmotivierte Azubis sprachenstark und um allerlei betriebliche Erfahrungen reicher zurückkehren. Der Blick über den Tellerrand qualifiziert und verschafft Ihrem Unternehmen einen Wettbewerbsvorsprung beim Suchen nach Azubis oder fertigen Lehrlingen. Denn Betriebe, die den jungen Leuten einen Auslandsaufenthalt ermöglichen, stehen hoch im Kurs – und die werden das über Facebook und Twitter weitersagen.

Europa steckt voller Möglichkeiten

Die „Geschäftsstelle für EU-Projekte und berufliche Qualifizierung der Bezirksregierung Düsseldorf“ unterstützte die Berufskollegs aus dem Regierungsbezirk bei der Entsendung hunderter Azubis ins europäische Ausland. Sie kommen aus



Nicht nur fürs Hotelfach und für Kochberufe wichtig, auch Holz- oder Medienfachleute profitieren von einem Auslandsaufenthalt.

den unterschiedlichsten Bildungsgängen und gehen, entweder allein oder in Zweier- bis Dreiergruppen, in alle möglichen Länder Europas. Die Betriebe verzichten im Idealfall ihrerseits für die Zeit des Praktikums auf ihre Azubis, um ihnen diese „Lernortverlagerung ins Ausland“ zu ermöglichen, der Urlaub soll dafür nicht verwendet werden. Zukünftige Mediengestalterinnen bzw. Mediengestalter (digital und Print) oder Auszubildende zur Tischlerin bzw. zum Tischler beispielsweise absolvieren in der Regel ein Praktikum in Helsinki, die Albrecht-Dürer-Schule pflegt dort seit vielen Jahren den Kontakt zu einer Partnerschule. Ein angehender Bauzeichner ging in diesem Jahr für vier Wochen nach Spanien, eine Mediengestalterin für sechs Wochen nach Kopenhagen. Regelmäßig waren in den letzten Jahren Auszubildende aus den Bildungs-

gängen Koch/Köchin, Hotelfachmann/-frau und Restaurantfachmann/-frau in Portugal, Spanien, Frankreich (Köche), England, Österreich oder in der Schweiz. Gerade wieder sind zwei Hotelfachleute mit Langzeitstipendien in England, sie sind in diesem Jahr mit der Ausbildung fertig geworden. Im Rahmen des Programms Erasmus+ erhalten sie ein 10-monatiges Stipendium und werden mit hervorragenden Englischkenntnissen und Berufserfahrung aus englischen Hotels im kommenden Jahr ein Gewinn für jedes deutsche Haus sein.

Rechtlich wird der Auslandsaufenthalt als Teil der Berufsausbildung behandelt. Das Ausbildungsverhältnis wird nicht unterbrochen und die Ausbildungsvergütung weiter bezahlt, wenn das Praktikum innerhalb der Ausbildungszeit stattfindet. Den ausbildenden Betrieben entstehen keine zusätzlichen Kosten, da Unterkunft und Reisekosten durch die Stipendien finanziert werden.

Wie funktioniert der Antrag?

Erasmus+ bündelt die bisherigen Bildungsprogramme der EU. Die bekannten Mobilitätsprogramme zur Förderung von Lernaufenthalten im Ausland wie „Erasmus“, „Leonardo da Vinci“, „JUGEND IN AKTION“, „COMENIUS“ und „GRUNDTVIG“ werden unter diesem neuen Namen fortgeführt. Dafür stellt die europäische Kommission ein milliardenschweres Budget bereit.

Die Antragstellung ist verhältnismäßig einfach, denn Betriebe und Jugendliche müssen und dürfen die Anträge gar nicht selbst stellen. Sie wenden sich in ihrer jeweiligen Berufsschule an die Lehrerinnen und Lehrer, die dort für EU-Projekte zuständig sind. Diese werden alles Weitere in die Wege leiten. Neben Eigeninitiative sind auch ein gutes Sozial- und Kommunikationsverhalten unverzichtbar sowie die Fähigkeit, Bewerbungsunterlagen und eine Dokumentation des Auslandspraktikums anzufertigen. Die Auszubildenden sollten sich im Vorfeld selbst um einen Praktikumsplatz, ihre Unterbringung und ihre Anreise bemühen. Dabei können sie von den Lehrkräften des Berufskollegs unterstützt werden.

Die Geschäftsstelle für EU-Projekte hat im Weiteren beratende Funktion bei der Abwicklung der Formalitäten, was zum Beispiel die Einreichung der notwendigen Dokumente für die Durchführung des Praktikums oder die finanzielle Unterstützung betrifft.

Information: www.erasmusplus.de/erasmus/bildungsbereiche/berufsbildung



Nicht alle Wege sind gerade, und doch führen sie zum Ziel – dank WeGebAU

Zeiten des Fachkräftemangels verlangen ungewöhnliche Methoden – machen Sie aus Ihren ungelerten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern qualifizierte Fachkräfte, die Agentur für Arbeit hilft Ihnen und finanziert sowohl die Ausbildung als auch die Arbeitskosten mit.

Thorsten Klett arbeitet seit vier Jahren in einem kleinen Logistikunternehmen zusammen mit 35 Kolleginnen und Kollegen. Sein Chef, Josef Gehring, ist mit den Leistungen des ungelerten Lagerarbeiters sehr zufrieden. Klett ist fleißig, pünktlich, zuverlässig. Als ein neuer Disponent gesucht wird, entscheidet sich Betriebsinhaber Gehring dafür, sich diese Fachkraft im Unternehmen „selbst heranzuziehen“. Er schickt Klett für ein halbes Jahr auf eine externe Schulung – und bekommt ihn als Fachkraft für Lagerlogistik zurück. Sein Unternehmen musste nur die Hälfte der Aufwendungen selbst tragen, die Agentur für Arbeit beteiligte sich an den Kosten durch das WeGebAU-Programm, Klett erhielt während der beruflichen Weiterbildung sein altes Gehalt.

Ines Schütz ist Pflegehelferin. Sie arbeitet seit drei Jahren in einem Seniorenzentrum, zur Zufriedenheit der alten Herrschaften und auch ihrer Chefin. Gerne möchte das Seniorenzentrum Ines als Altenpflegerin qualifizieren und anspruchsvoller einsetzen. Das Fachseminar für Altenpflege bietet die Ausbildung zur Altenpflegerin an, die zwei bzw. drei Jahre dauert, aber auch entsprechend länger in Teilzeit erfolgen kann.



Die Mitarbeiterin wird für die Ausbildung freigestellt, bezieht weiterhin ihr Gehalt. Die Agentur für Arbeit übernimmt die Weiterbildungskosten sowie anteilig ihr Arbeitsentgelt – WeGebAU macht's möglich.

WeGebAU macht den Weg frei

Ungelernte ältere Beschäftigte, die sich weiterqualifizieren wollten, mussten in der traditionellen Ausbildung finanzielle Einbußen hinnehmen. Daher entschieden sich viele gering Qualifizierte dagegen, obwohl sogar meist das eigene Unternehmen händeringend Fachkräfte suchte. Nach den geänderten Voraussetzungen können nun viele Düsseldorfer Betriebe die Chance nutzen und die eigenen Hilfskräfte, die gute Leistungen in der Firma gebracht haben, weiterqualifizieren.

Der Nutzen für die Beschäftigten liegt auf der Hand: nach Abschluss der Ausbildung mehr Geld am Monatsende auf dem Konto und eine bessere Perspektive für die berufliche Zukunft. Aber auch für das Unternehmen zahlt es sich langfristig aus, denn:

- die Qualifizierung kann in Zeiten geringer Arbeitsauslastung oder mit niedrigem Arbeitsvolumen erfolgen,
- die Inhalte der Qualifizierung können auf die Anforderungen des Betriebes ausgerichtet werden,
- bei abschlussorientierten Maßnahmen kann ein Arbeitsentgeltzuschuss für weiterbildungsbedingte Ausfallzeiten im Betrieb gewährt werden,
- Kosten für die Weiterbildung von Qualifizierungswilligen können erstattet werden.

Im Fokus des Sonderprogramms WeGebAU (Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen) stehen ungelerte Beschäftigte in kleinen und mittleren Unternehmen. Wenn es sich



Hilfskräfte, die gute Leistungen bringen, sollten sich weiterqualifizieren, zum Nutzen ihrer Firma.

um eine abschlussorientierte Ausbildung handelt, können sowohl die Maßnahmekosten als auch (anteilige) Arbeitsentgelte durch diese Förderungsmöglichkeit mitfinanziert werden. Bei Beschäftigten, die das 45. Lebensjahr vollendet haben, trägt die Agentur für Arbeit sogar bis zu 75 Prozent der Lehrgangskosten. Die verbleibenden Kosten sind vom Betrieb zu decken. Bei jüngeren Beschäftigten ist eine Förderung nur möglich, wenn der Betrieb mindestens 50 Prozent der Lehrgangskosten übernimmt.

Ansprechpartner

Bei Fragen zu diesem Programm wenden Sie sich bitte an:

Julia Stötzel,

Telefon: 692-3508,

Bettina van Zanten,

Telefon: 692-1012,

Silvia Weitzel,

Telefon: 692-1115

von der Agentur für Arbeit Düsseldorf.

Neues in Kürze

Auf dieser Seite geben wir Ihnen einen kurzen Überblick über Veranstaltungen der Wirtschaftsförderung.

OB Geisel auf Dienstreise in China

Auf seiner ersten Auslandsreise besuchte OB Thomas Geisel die Volksrepublik China. Vom 2. bis 7. November führten ihn rund 20 Termine nach Peking, Chongqing, Shanghai, Wuxi, Shenzhen und Hongkong. Schwerpunkte seiner Reise waren Treffen mit chinesischen Unternehmensvertretern sowie die Pflege der Städtepartnerschaft mit Chongqing. Minmetals, Industrial and Commercial Bank of China, Huawei, ZTE – große chinesische Firmen mit Sitz in Düsseldorf standen auf der Agenda für Gespräche, in denen Geisel Perspektiven für die weiteren Entwicklungen am Standort Düsseldorf erörtert hat. Mit der landeseigenen Wirtschaftsförderungsgesellschaft NRW.INVEST wurde gemeinsam in Peking

ein Roundtable mit ausgesuchten bestehenden und potenziellen neuen Investoren veranstaltet.



OB Geisel besichtigt das Abfertigungsterminal für die Güterzugverbindung zwischen Chongqing und dem Duisburger Hafen. Vertreterinnen der Chongqing-Regierung erläutern das Projekt. Ebenfalls dabei: Uwe Kerkmann, Leiter Wirtschaftsförderung Düsseldorf (r.), Ralf Meurer, Leiter der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Duisburg (2. v. r.).

Studienfonds Düsseldorf-Japan

Vom 19. August bis zum 14. September organisierte die Stiftung „Studienfonds Düsseldorf-Japan“ erstmals in Kooperation mit dem Studienwerk für Deutsch-Japanischen Kulturaustausch in NRW eine Studienreise für insgesamt sechs junge Stipendiatinnen und Stipendiaten nach Japan. Der Studienfonds war ein Geschenk der japanischen Gemeinde zum 700-jährigen Stadtjubiläum 1988. Seitdem fahren aus seinen Erträgen jedes Jahr einige deutsche Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Japan.



2. Expats Welcome Day 2014

Die Wirtschaftsförderung unterstützt internationale Fach- und Führungskräfte bei ihrem Start in der Landeshauptstadt. Es war bereits der zweite „Expats Welcome Day“, den die Wirtschaftsförderung organisiert hat, in diesem Jahr in den Räumen des NRW-Forums. Fach- und Führungskräfte aus dem Ausland (Expatriates, kurz Expats) erfuhren dort alles Wissenswerte rund um einen erfolgrei-

chen Start an ihrem neuen Arbeitsplatz in der Landeshauptstadt. Mehr als 6.000 Expats leben und arbeiten in Düsseldorf. Mit dem Welcome Day unterstützt die Wirtschaftsförderung sie und ihre Familien dabei, sich einzuleben. Mit Vorträgen und zahlreichen Ständen von Institutionen und Organisationen wurden Informationen an den Mann oder die Frau gebracht, von der Frage, wie man eine Kita findet, bis hin zu Deutschkursen.



OB Geisel besuchte den Stand der Wirtschaftsförderung auf dem Expats Welcome Day.

Chinafest und 10 Jahre Städtepartnerschaft mit Chongqing

Im September fand das vierte Chinafest unter dem Motto „Der Drache tanzt in Düsseldorf“ statt, Schwerpunkt war die seit 2004 bestehende Städtepartnerschaft mit Chongqing. Rund 30.000 Zuschauerinnen und Zuschauer ließen sich von dem bunten Treiben aus dem Reich der Mitte verzaubern. „Trotz der enormen Distanz zwischen Düsseldorf und Chongqing hat sich die Städtepartnerschaft in den vergangenen zehn Jahren zu einer engen Beziehung entwickelt, die getragen wird vom intensiven Austausch auf wirtschaftlicher, kultureller und bürgerschaftlicher Ebene“, so Oberbürger-

meister Thomas Geisel, der das Chinafest gemeinsam mit dem chinesischen Generalkonsul Liang Jianquan eröffnete.



OB Thomas Geisel, Zeng Qinghong, Mitglied des Ständigen Ausschusses des Politbüros Chongqing, der chinesische Generalkonsul Liang Jianquan sowie Carsten Tum, Beigeordneter der Stadt Duisburg (v. r. n. l.).

„Auch die neue Bahnlinie von Chongqing in unsere Nachbarstadt Duisburg – die ‚neue Seidenstraße‘ – ist ein Beweis für die gute Zusammenarbeit zwischen China und NRW“, so der Oberbürgermeister weiter. „Düsseldorf ist in China als ausgezeichneter Standort für Investitionen und Geschäftsbeziehungen bekannt. Die deutsch-chinesischen Beziehungen befinden sich zurzeit in der besten Phase ihrer Geschichte“, betonte der chinesische Generalkonsul Liang, der aus Frankfurt angereist war, und ergänzte: „Dem tragen wir mit der Eröffnung eines neuen Generalkonsulats Rechnung, wodurch die Bedeutung Düsseldorfs in China noch weiter wachsen wird.“

IDR-Gewerbehöfe in Flingern wachsen um 10.000 m² Mietfläche

Die IDR AG errichtet im Gewerbehof Fichtenstraße zwei Neubauten – mit seiner Frontlage zur Fichtenstraße hin ist der Erweiterungsbau besonders interessant für produkt- und vertriebsintensives Gewerbe.

Seit den 1980er Jahren entwickelt und betreibt die Industrieterreins Düsseldorf-Reisholz AG (IDR AG) im Gewerbeareal Flingern Süd Gewerbehöfe, die aufgrund ihrer besonderen Kombination von Büro-, Service- und Hallenflächen nahe Innenstadt und „Automeile“ vielen Unternehmen ideale Arbeitsbedingungen bieten. So gibt es einen Gewerbe- und einen Handwerkerhof an der Fichtenstraße und an der Erkrather Straße. Weitere 10.000 m² Gewerbemietfläche kommen nun hinzu: In zwei Bauabschnitten entstehen bis Ende 2015 moderne und energieeffiziente Gewerbeeinheiten. Planmäßiger Baustart: Anfang 2015. Auf dem rd. 16.900 m² großen Baugrundstück, das die IDR vor wenigen Wochen hinzugekauft hat, war vorher ein AWISTA-Betriebshof. Die vorhandene Bebauung weicht zwei neuen Objekten, die nach Fertigstellung über Gesamtmietflächen von rund 6.900 m² und 2.900 m² verfügen. Die Mietflächengröße ist variabel von 230 m² bis 4.000 m² und wird, ebenso wie Zuschnitt, Grundriss und Ausstattungsdetails,

erst mit der Vermietung, d. h. vom Nutzenden festgelegt. Die Mieterin bzw. der Mieter entscheidet auch, ob und in welchem Umfang Büro- und Sozialflächen gebaut werden. Information: Oliver Münnich, IDR AG, Telefon: 74836-161, muennich@idr.de, www.idr.de



So ähnlich wie der IDR-Gewerbehof an der Kappeler Straße 145 hier auf dem Bild kann auch die Fichtenstraße aussehen.

Neue Zustellbasis im SEGRO Park Düsseldorf City: 24.000 Pakete am Tag – 12 Mio. Euro Investitionen

An der Fichtenstraße realisiert die SEGRO gerade auf dem ehemaligen Areal von HEIN, LEHMANN und Arcelor für die Deutsche Post DHL das größte Paketverteilzentrum in NRW. Der Probetrieb läuft schon.

Im Fachjargon nennt man das MechZB – mechanisierte Zustellbasis. Die dazugehörige Halle ist 190 Meter lang und rd. 8.300 m² groß. Hier werden morgens ab 4.30 Uhr alle Päckchen angeliefert, die Düsseldorferinnen und Düsseldorfer erreichen sollen. Unsortiert. Große Förderbänder schaffen sie zum elektronischen Herzen der Anlage, dem Scanner, der anhand der Barcodes identifiziert, in welchen der 120 Zustellbezirke der Stadt die Ware gehört, und sortieren sie den entsprechenden Fließbändern zu. Diese enden direkt an Rampen, die den Zustellbezirken von Angermund bis Wersten, von Bilk bis Wittlaer zugeordnet sind und vor denen schon ein gelber DHL-Lieferwagen wartet. 180 Leute werden im neuen MechZB arbeiten, wenn der Betrieb läuft, 120 davon sind die Fahrerinnen und Fahrer, die im Regelfall zwischen 9.00 und 10.00 Uhr mit der Auslieferung beginnen. Die SEGRO investiert rd. 12 Millionen Euro in dieses Projekt – die Deutsche Post DHL hat dafür einen langfristigen Mietvertrag unterschrieben. Laut Postsprecher Rainer Ernzer platzte das bisherige Paketverteilzentrum an der Kölner Straße aus allen Nähten, das Paketaufkommen beim Bonner Logistikkonzern steigt – Amazon, eBay, Zalando und Co sei's gedankt – seit mehr als zehn Jahren zwischen sechs und sieben Prozent, Tendenz weiter steigend.

Doch nicht nur für die Gelben baut die SEGRO mit dem roten „O“: Die Firma, die Gewerbeparks und Logistikimmobilien entwickelt und besitzt, hat schon

an der Bonner Straße das ehemalige Areal der Stora Enso erfolgreich in einen modernen Businesspark mit rd. 2.450 Arbeitsplätzen verwandelt. An der Fichtenstraße, weiter nördlich zur Post, entwickelt sie in einem weiteren Bauabschnitt neue Flächen. Dort entstehen als Kombination von Neubauten und einem revitalisierten Industriedenkmal insgesamt mehr als 10.000 m² flexibel teilbare Hallen-, Büro- und Serviceflächen.

Information: Ini Nsien,
Telefon: 49765-200
E-Mail: Ini.Nsien@SEGRO.com



Das neue Paketverteilzentrum in der Fichtenstraße ist schon fertig.



Arbeitskleidung steuerlich absetzen

Das Finanzamt beteiligt sich an den Kosten für Berufskleidung. Auch die Wäsche Ihres Blaumannes zu Hause ist absetzbar, bei Alltagskleidung der Schadensfall. Wir zeigen auf, was sie zum Thema wissen sollten.



Nicht nur die Anschaffung, auch die Reinigung und Wäsche Ihrer Berufskleidung ist absetzbar.

Blaumann, Kittel oder Anzug: Beschaffen Steuerzahlerinnen und Steuerzahler bzw. Gewerbetreibende und freiberuflich Tätige Berufskleidung mit eigenen Mitteln, beteiligt sich der Fiskus unter Umständen an den Kosten. Allerdings unterliegt dies strengen Vorgaben, betont der Bundesverband der Bilanzbuchhalter und Controller e. V. (BVBC).

Viele Kleidungsstücke können beruflich und privat getragen werden. Deshalb ziehen Finanzbehörden enge Grenzen: Es muss immer ein konkreter objektiver Bezug zur Berufstätigkeit vorliegen. Eine Sonderstellung nimmt Kleidung mit Firmenemblem ein, das dauerhaft angebracht ist, denn so erfüllen Kleidungsstücke objektiv die berufliche Funktion. Hierunter fallen etwa Jacke oder Blazer in Firmenfarbe mit aufgenähtem Logo. Handelt es sich um typische Berufskleidung, beteiligt sich der Fiskus nicht nur an den Anschaffungs-, sondern auch an den Reinigungskosten. Dabei ist es unerheblich, ob etwa der Blaumann in der Textilreinigung oder zu Hause gewaschen wird. Bei Ersterem sollte das Kleidungsstück auf dem Quittungsbeleg vermerkt sein. Wird Berufskleidung privat gewaschen, lassen sich die Kosten gemäß den Werten von Berufs- und Verbraucherverbänden ansetzen. Auch der Anschaffungspreis für die hauseigene Waschmaschine lässt

sich anteilig über die Nutzungsdauer abschreiben. Bei Alltagskleidung können Steuerzahlerinnen und Steuerzahler im Schadensfall auf die Hilfe des Fiskus hoffen. Wird Kleidung während der Arbeit beschädigt und der Betrieb leistet dafür keinen Schadenersatz, kann der Restwert der zerstörten Kleidung als Werbungskostenabzug angesetzt werden. Im Gegensatz zur typischen Berufskleidung ist die Neubeschaffung jedoch nicht steuerlich absetzbar. Kleidung, die ausschließlich für den Job angeschafft wird, ist prinzipiell steuerlich absetzbar. Häufig kommt es nur auf die Argumente an, betont der BVBC. Bei nichttypischer Berufskleidung sollte die berufliche Notwendigkeit auf einem Beiblatt, evtl. mit Foto, erläutert werden. Gründe wie die Präsenz auf dem firmeneigenen Messestand überzeugen dann oft auch das Finanzamt.

Information: conovo media, medien@conovo.de

Dezember-
Preisrätsel



Preisausschreiben

Gewinnen Sie einen Hinterglasdruck Ihres Lieblingsbildes!

Teilnahmeberechtigt sind alle Düsseldorfer Unternehmen und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Unter den ersten 100 richtigen Einsendungen verlosen wir einen Druck Ihres Lieblingsbildes hinter Acrylglas, 40 × 60 cm, inkl. Aufhängevorrichtung. Sponsor ist die Firma Medias Serong im Tiefenbroicher Weg.

Unsere Frage für das Dezember-Preisrätsel: Was ist Erasmus+?

Dem Gewinner aus unserem Septemberheft, Rainer Becker, Inhaber der gleichnamigen Malerwerkstätte, gratulieren wir sehr herzlich und bedanken uns beim Sponsor, dem Detektiv Institut KOCKS, für das ausgelobte Krimi-Dinner.

Und so geht es: Die Antwort formlos als Mail, aber mit Ihren vollständigen Kontaktdaten (Name, Firma, Telefon, Anschrift) an: marion.schwartzkopff@duesseldorf.de, Betreff: „Preisausschreiben“. Es werden die ersten hundert richtigen Eingänge berücksichtigt.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung und deren Angehörige sind nicht zur Teilnahme berechtigt.

Werden Sie Sponsor/-in unseres Preisrätsels!

Haben auch Sie Interesse, einmal unser Preisrätsel zu sponsern und einen Preis auszuloben? Was Sie davon haben?

Kostenlose Werbung für Ihr Unternehmen hier in unserem Magazin mit seinen 10.000 Düsseldorfer Betrieben als Leserschaft. Die ausgelobten Gewinne erscheinen auf dem Titel und im Innenteil der jeweiligen Ausgabe mit Benennung der sponsernden Firma sowie noch einmal in der Folgeausgabe, wenn wir die Gewinnerin bzw. den Gewinner benennen.

Beispiele für die Preise der letzten Ausgaben, die uns freundlicherweise von unseren Düsseldorfer Unternehmen zur Verfügung gestellt wurden, waren Theaterkarten vom Kom(m)ödchen oder der iPad-Gürtelhalter tabeca der Firma little early bird, aber auch ein Abo der WirtschaftsWoche, ein Obstkorbabo der Firma fruiton, ein Smartphone von Huawei oder auch einmal ein Gartenset von QVC ... Ihren Ideen ist nur eine Grenze gesetzt: Der Wert Ihres Preises muss unter 100 Euro liegen. Sie können Sachgewinne oder Dienstleistungen ausloben.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!
Bitte melden Sie sich einfach formlos per E-Mail an marion.schwartzkopff@duesseldorf.de, Stichwort „Sponsor/-in“.

Aufgeladen: vom Hörsaal in den Chefsessel

Aus einer grünen Idee wurde eine Firma, die grünen Strom auf Großveranstaltungen mitbringt.

Die Idee für die solarbetriebene Ladestation „SunCrafter“ hatten Lisa Wendzich, Studentin der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, und ihr Vater, Jürgen Wendzich, Solaringenieur, gemeinsam. Auch die Umsetzung erfolgte in der Familie: Eine mobile Solaranlage, ausgerichtet auf das zeitgleiche Laden von bis zu 550 Elektrogeräten, ist das Ergebnis. Auf Großveranstaltungen, vor allem Musikfestivals, aber auch Messen oder Sportevents, bietet der SunCrafter den Besucherinnen und Besuchern die Gelegenheit, Smartphones aufzuladen.

Dabei ist der SunCrafter völlig autark von der Infrastruktur der Veranstaltung und kann frei auf dem Gelände platziert werden.

Beraten wurde das Team durch die Düsseldorfer Innovations- und Wissenschafts Agentur (DIWA GmbH). Der SunCrafter kann für verschiedene Veranstaltungen angemietet sowie als Werbefläche genutzt werden.

Information: Lisa Wendzich,
Telefon: 0152 33078543, admin@suncrafter.de,
www.suncrafter.de



Eine Idee mit Power: die mobile Ladestation.

Geht Ihnen ein Licht auf?

Für Düsseldorfer Firmen bieten sich viele interessante Möglichkeiten der Kooperation mit der Fachhochschule (FH D), und Auftragsforschung wird sogar finanziell unterstützt. Wir stellen Ihnen heute einige Beispiele von Kooperationen mit Düsseldorfer Unternehmen vor. Fühlen Sie sich inspiriert!

A. u. K. Müller beispielsweise kooperiert mit Professor Jahr vom Fachbereich Maschinenbau beim Bau eines Prototyps für ein spezielles elektrisches Ventil, das das Traditionsunternehmen benötigt. Der Prototyp wird auf dem Hydraulikprüfstand der FH D auf „Herz und Nieren“ getestet. Die Firma LAVA Labs Moving Images aus der Birkenstraße, die das BoxaGrippal-Männchen schuf, das wir aus der Werbung kennen, brauchte Hilfe bei digitalen Filmeffekten. So wie beim BoxaGrippal-Männchen, das schnupfenerschöpft im Bus Anlehnung sucht, werden digitale Effekte kostspielig nach dem Dreh der realen Szenen in diese integriert. Fehler bei der Produktion werden dadurch spät erkannt und sind immens teuer. Professor Geiger vom Fachbereich Medien entwickelte eine Voranschau der Effekte, so dass noch am Drehort Korrekturen erfolgen können, was enorme Kosten spart. Die Liste von Düsseldorfer Unternehmen, die mit der FH D kooperieren, umfasst derzeit 40 Firmen. Informieren auch Sie sich, vielleicht gibt es gerade für Ihr Problem hier die Lösung! (Anm. der Redaktion: Auftragsforschung kann finanziell gefördert werden – durch den Innovationsgutschein, vergl. Ausgabe 113.)

Mit rund 9.000 Studierenden, rund 200 Professorinnen und Professoren sowie 220 wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bietet die FH D in 36 Studiengängen ein umfangreiches Studienangebot und anwendungsorientierte Lehre und Forschung. Auch die breiten Berufserfahrungen der Dozentinnen und Dozenten in Wirtschaft und Forschung tragen dazu bei, eine enge Verbindung der angebotenen Lehre zur Praxis zu gewährleisten.

Die Bereiche Architektur, Design, Elektrotechnik, Maschinenbau und Verfahrenstechnik, Medien, Sozial- und Kulturwissenschaften sowie Wirtschaft liefern zahlreiche Anknüpfungspunkte für Unternehmen: von der Auftragsforschung bis zur Einbindung von Studierenden in Form von Praktika oder Abschlussarbeiten. Auch die Verzahnung von Ausbildung und Studium durch duale Studiengänge ist gang und gäbe. Das gilt in besonderem Maße z. B. für „Prozess-, Energie- und Umwelttechnik“ und „Produktentwicklung und Produktion“ im Fachbereich Maschinenbau und Verfahrenstechnik. Parallel zum Studium kann etwa eine handwerkliche Ausbildung zur technischen Zeichnerin/zum technischen Zeichner oder in Metallberufen absolviert werden. In einer Kooperation der FH mit der Siemens AG werden Elektrotechnikerinnen und Elektrotechniker für Automatisierungstechnik ausgebildet. Henkel bietet das duale Studium mit dem Abschluss Bachelor of Engineering in Elektrotechnik und im Studiengang Business Administration an.

Durch die interdisziplinäre Kooperation mit Partnern aus Industrie und Wirtschaft generiert die FH D kontinuierlich neue Themenschwerpunkte und Kompetenzfelder. Aktuelle Forschungsschwerpunkte umfassen unter anderem die Themenfelder Energietechnik und erneuerbare Energien, altersgerechtes Leben, 3-D-Gestaltung, Kommunikation und neue Medien, Schwingungstechnik oder die Automatisierung technischer Prozesse.

Information: Roland Klassen, Dezernat Forschung und Transfer,
Telefon: 81-13973, roland.klassen@fh-duesseldorf.de

CGI als Top-Arbeitgeber in Europa ausgezeichnet

CGI hat weltweit 68.000 Beschäftigte und ist mit einem Jahresumsatz von rd. acht Mrd. Euro das fünftgrößte unabhängige IT-Dienstleistungsunternehmen.

CGI hat nun am Albertusbogen ein neues Firmendomizil bezogen. In Deutschland arbeiten über 2.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 13 Städten, dazu zählt auch der Traditionsstandort Düsseldorf. CGI gibt es bereits seit 1990 in Düsseldorf, damals noch als AMS und seit 2004 unter dem heutigen Namen. Vor kurzem wurde der IT-Berater als „Top-Arbeitgeber Europa“ zertifiziert, eine Ehrung, die nur an Unternehmen geht, die in mindestens fünf weiteren europäischen Ländern als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet wurden. CGI kooperiert mit der Wirtschaftsförderung, um neue ausländische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei ihrem beruflichen Start zu unterstützen. Themen wie Kinderbetreuung, Aufenthaltsgenehmigung oder Wohnungssuche stehen dabei ganz oben auf der Agenda.

Information: Frederick Dohn,
Telefon: 5355285, frederick.dohn@cgi.com,
www.de.cgi.com



Der neue Firmensitz von CGI.



Die Excellence AG bietet ihren Kunden die Leistungen exzellenter Ingenieure.

Exzellente Ingenieurinnen und Ingenieure

Die Excellence AG ist mit ihrem Headquarter seit einem guten Jahr in Düsseldorf.

Die auf Ingenieur- und Projektdienstleistungen spezialisierte Excellence AG eröffnete im vergangenen Juli in der Airport City und in unmittelbarer Nachbarschaft zum Verein Deutscher Ingenieure (VDI) ihr internationales Headquarter. Nach Büros in Deutschland, Österreich und den Niederlanden ist die Zentrale am Standort Düsseldorf mit der Nähe zum VDI von strategischer Bedeutung. Niederlassungen bestehen schon in Hamburg, Hannover, Essen, Köln, Frankfurt, Salzburg, in der Steiermark sowie in Hengelo, und weitere sieben sind für das kommende Jahr geplant.

Die übergreifenden Ingenieur- und Projektdienstleistungen reichen dabei von der Bearbeitung einzelner Projektbausteine bis hin zur gesamtverantwortlichen Projektleitung. Anderthalb Jahre nach dem Einzug in die Peter-Müller-Straße 26 resümiert Vera Calasan, Vorstandsvorsitzende der Excellence AG: „Weil wir auch branchenübergreifenden Know-how-Transfer leisten können, hält die Nachfrage nach qualifizierter Ingenieurarbeit in vielen Wirtschaftszweigen auf hohem Niveau an.“

Information: Ariane Schäfer, Telefon: 957629-46,
ariane.schaefer@excellence.ag, www.excellence.ag

Eine Spielernatur

DAEDALIC Entertainment hat ein neues Spieleentwicklerstudio in Düsseldorf gegründet. Expansion auf 30 Leute angedacht.

Die aktive Entwickler- und Szene in Düsseldorf gab den Ausschlag für Andreas Suika, mit der Daedalic Entertainment Studio West GmbH ein neues Studio fernab der Hansestadt zu gründen. Denn bisher entwickelte und vermarktete DAEDALIC weltweit Computer- und Videospiele vom Hamburger Hauptsitz. DAEDALIC wurde schon fünfmal mit dem Deutschen Computerspielpreis und mit einem European Games Award ausgezeichnet. Die Niederlassung in der Graf-Adolf-Straße bietet nun die Möglichkeit, auch Talente in Nordrhein-Westfalen anzuwerben. Das Team besteht derzeit aus drei Angestellten. Information: Andreas Suika, Studiuleiter, as@daedalic.de, Telefon: 97172100, www.daedalic.de



Andreas Suika (l.) und sein Mitarbeiter sind auf der Suche nach Spieleentwicklerinnen und -entwicklern.

Big Data macht E-Commerce profitabler

Das neu gegründete Unternehmen FLINSTA verdient Geld mit seinem Know-how zu Algorithmen und Datenströmen.

Die Anzahl der im Internet bestellten Kleidungsstücke und Schuhe, die Kundinnen und Kunden jeden einzelnen Tag zurücksenden, geht in die Millionen. Tim Bruysten und sein Team haben sich dieses Problems angenommen und mit Hilfe von Big-Data-Algorithmen eine effektive Lösung entwickelt: Die Software FLINSTA kann vorhersagen, welche Kundin bzw. welcher Kunde bei welchem Kleidungsstück welche Größe haben wird. Damit können Retouren massiv und nachhaltig gesenkt werden. Dies erhöht nicht nur die Zufriedenheit

der Kundinnen und Kunden, sondern auch den Gewinn von Onlineshops. FLINSTA berechnet die Größenvorhersage, ohne dass Kundinnen und Kunden oder Produkte vermessen werden müssen. Die ersten Einsätze in der Praxis beweisen, dass die Rechnung aufgeht. Retouren sind nicht nur ein großes Umweltproblem. Die Kosten, die allein Unternehmen in Deutschland für die aufgrund falscher Größen zurückgeschickten Waren bezahlen, wird schon bald 1 Mrd. Euro überschreiten.

Information: FLINSTA GmbH & Co. KG,
Prof. Tim Bruysten, bruysten@flinsta.com,
www.flinsta.com



Julian Liebl, Patrick Hempel, Tim Bruysten, Sabrina Nicke, Stefan Palloks (v. l. n. r.).

Marketing- „Frau für alle Fälle“

Annemarie Dyckers hilft in Unternehmen und Agenturen, personelle Engpässe zu überbrücken. Mit dieser Idee hat sie sich selbstständig gemacht.

Personalmangel zu beheben oder Personalbedarf bei zeitweilig anfallender Mehrarbeit durch externe Kräfte zu decken ist oft für Betriebe wichtig, die sich nicht langfristig verpflichten möchten oder können. Wer also eine qualifizierte, aber zeitlich begrenzte Arbeitskraft für den Bereich Office, Marketing, PR und Events sucht, der ist bei Annemarie Dyckers und „Your Marketing & Office“ richtig. Aber auch die Betriebe sollten sich melden, die einfach einmal frischen Wind in ihr Marketing bringen möchten. Die Fachfrau blickt auf langjährige Erfahrung in Marketing, PR und Veranstaltungsmanagement in renommierten Unternehmen und Agenturen zurück. Als Assistentin der Geschäftsleitung weiß sie aber auch, wie man ein Sekretariat aufbaut und organisiert. Die Wirtschaftsförderung half der jungen Unternehmerin mit Rat und Tat bei der Gründung.



Annemarie Dyckers.

Information: Annemarie Dyckers,
Zietenstraße 31,
Telefon: 97937403,
dyckers@yourmarketingoffice.de,
www.yourmarketingoffice.de



Gründerteam Frank Rehme (l.) und Claudia Lehmann mit Azubi Dino Rehme.

Kreative Räume

Räume, die kreative Prozesse fördern, Methodenwissen und langjährige Innovationserfahrung sind im „denkubator“ vereint, einer Ideenmanufaktur, die man mieten kann.

Frank Rehme ist überzeugt, dass in seinen Räumen Großes entstehen kann, wenn hier die richtigen Köpfe zusammenkommen, und hat 150 m² am Rather Kirchplatz 11 in einen „denkubator“ umgewandelt. Dahinter steckt sein noch junges Unternehmen gmvteam GmbH. gmvteam versteht sich als Innovationsberatung, schließlich hat das Team aus vier festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern langjährige Erfahrung als Innovationsverantwortliche der METRO GROUP. Wer also meint, hier könne man nur Kreativflächen für Präsentationen, Kundenevents oder firmeninterne Zwecke mieten, der denkt nicht weit genug. Der denkubator bietet seinen Nutzerinnen und Nutzern auch erfahrene Moderatorinnen und Moderatoren, die Meetings beflügeln und Seminare zu kreativen Arbeitstechniken leiten, oder auch Expertinnen und Experten, wenn diese zu speziellen Fragen gesucht werden.

Information: Claudia Lehmann,
Telefon: 59896507, info@denkubator.de, www.denkubator.de

Infiziert mit dem Kommunikationsvirus

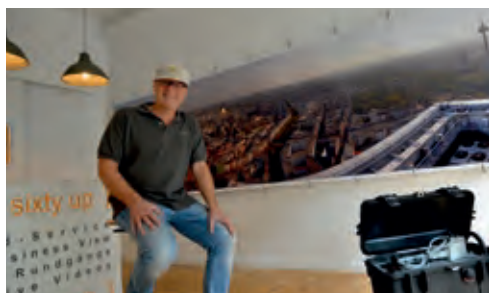
Die grey healthcare group (ghg) ist Teil eines der größten Netzwerke zur Kommunikation von Gesundheitsthemen der Welt. Vor kurzem vollzog die Agentur den Standortwechsel von Köln zum Platz der Ideen in Derendorf.

„Wir sprechen Gesundheit.“ Und: „Bei uns geht ein Virus um: ansteckende Gedanken“ – dies sind Slogans, mit denen sich die Kommunikationsagentur selbst beschreibt. Die 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigen sich ausschließlich mit dem breiten Themenspektrum Gesundheit und machen dabei „gesunde Werbung“ für Mensch und Tier, medienübergreifend. Kunden sind beispielsweise Bayer, Boehringer Ingelheim, Santen und Otsuka. Vor ei-

nigen Monaten kam die Agentur aus der Domstadt und bezog Quartier im Stammsitz von GREY Germany. Nach dem Grund für den Standortwechsel befragt, erklärte Karin Reichl, CEO der grey healthcare group Deutschland: „Düsseldorf brennt. Wir spüren hier überall Aufbruchstimmung und Lust auf Neues. Wir bauen in Düsseldorf eines der vier internationalen ‚Centers of Excellence‘ für das ghg-Netzwerk auf. Das geht nur an einem Standort, der für

nationale und internationale Talente anziehend ist. Und natürlich sind wir jetzt an einem Ort mit GREY – der Agency of the Year 2014. Wir arbeiten hier mit komplett integrierten Teams aus GREY und ghg. Das kann in dieser Größenordnung kein anderes Network leisten. Das ist für unsere Kundinnen und Kunden ein unschlagbares Angebot.“

Information: <http://www.ghgroup.de>,
Telefon: 3807-7500, contact@ghgroup.de



Marcus Mitter brachte sein junges Unternehmen nach Düsseldorf.

Von Bonn nach Düsseldorf: 360-up („threesixty up“)

Luftbildservice, virtuelle Rundgänge, Google-Business-View-Touren, die Erstellung von interaktiven Videos – dies sind die Geschäftsfelder des jungen Unternehmens 360-up, das nun in Flingern zu Hause ist.

Marcus Mitter ist „Shooting-Master“ 2013/2014, wurde von Google als solcher mit einer Silbermedaille ausgezeichnet und war bundesweit einer der ersten Fotografen, die für den neuen Unternehmensservice Google Business View zertifiziert wurden. Mit Google Business View kann ein Unternehmen seine Website aufpeppen und den Kundinnen und Kunden 360°-Rundgänge über das Firmengelände oder seine (Ausstellungs-) Flächen ermöglichen. Für Mitter war klar, dass seine Firma nach Düsseldorf gehört, denn ein Großteil seiner Kundinnen und Kunden ist hier ansässig. Das Team von 360-up hat in der Bruchstraße 98 geeignete Büroräume gefunden. Die Wirtschaftsförderung war behilflich, Kontakte ins Netzwerk der Digitalen Stadt Düsseldorf e. V. herzustellen, und stand dem Jungunternehmer bei der Entwicklung neuer Marketingstrategien zur Seite. Wer sich Google-Business-View-Touren einmal anschauen möchte, kann dies hier tun: <http://360-up.com/index.php/google-maps-business-view-photos.html>.

Information: Marcus Mitter, Telefon: 52293038, office@360-up.com, www.360-up.com

Firmen anders unterwegs

Ubeeqo ist Wegbereiter und Marktführer beim Corporate Carsharing, d. h. der gemeinsamen Nutzung von Firmenfahrzeugen bzw. Dienstwagen. Seit kurzem ist Ubeeqo mit seiner einzigen deutschen Niederlassung in Düsseldorf zu Hause.

Die aus Frankreich kommende Firma verwaltet dort mit ihrer eigenen Carsharing-Technologie Fuhrparks von insgesamt ca. 500 Fahrzeugen (davon 20 Prozent Elektrofahrzeuge), die zwischen ihren rd. ca. 40 Großkunden verteilt sind. Von der neuen Repräsentanz in Düsseldorf aus will Ubeeqo ein solches Netz auch für Deutschland aufbauen. Ziel ist, die Mobilitätskosten der Kundinnen und Kunden zu senken. Dabei wird der Fokus auf die Effektivität des Fuhrparks gelegt. Kundinnen und Kunden können so gegenüber einem klassisch geleasteten oder gekauften Firmenwagenfuhrpark erhebliche Kosten sparen und darüber hinaus noch einen Beitrag zum Umweltschutz leisten. Fünf Ubeeqo-Mobilitätsfachleute steuern vom Fürstenwall 228 aus die weitere Kundenakquisition.

Information: Nina Gusenburger, Telefon: 24845303, www.ubeeqo.de



Das Ubeeqo-Team will auch in Düsseldorf das Corporate Carsharing populär machen.

Firmennachrichten

Durch die Zusammenarbeit mit Düsseldorfer Maklerhäusern können wir wieder über einige interessante Firmen-News berichten.

- **Acorn Treppenlifte GmbH**
363 m², Umzug von der Rethelstraße 38 zur Rather Straße 23, Vermittlung: JLL/Catella Property
- **Alphabet Fuhrparkmanagement GmbH**
542 m², Dienstleistungen, Umzug von Neuss nach Düsseldorf in die Theodorstraße 178, Vermittlung: BNP Paribas
- **Alpro GmbH**
700 m², Werbung/PR, Umzug von der Münsterstraße 306 zum Nördlichen Zubringer 9–11, Vermittlung: ANTEON
- **ALTEN GmbH**
730 m², Ingenieurdienstleister, Umzug von der Emanuel-Leutz-Straße 21 zur Fritz-Vomfelde-Straße 14–20, Vermittlung: Catella Property GmbH
- **ameleo Law LLP**
187 m², Rechtsanwältin, Umzug von der Altstadt 6–8 in die Scheibenstraße 47, Vermittlung: BNP Paribas
- **Amnesty International Sektion der Bundesrepublik Deutschland e. V.**
360 m², Umzug von der Neusser Straße 86 zur Grafenberger Allee 56, Vermittlung: Corealis CRE GmbH
- **ANTEON Immobilien GmbH & Co. KG**
675 m², Immobilienberatung, Umzug von der Lippestraße zum Ernst-Schneider-Platz 1
- **Atrium Unternehmensberatung Deutschland GmbH**
146 m², Unternehmensberatung, Königsallee 86, Vermittlung: Savills/Catella Property GmbH
- **AvP Service AG**
840 m², Gesundheitsdienstleister, neue Niederlassung, Grafenberger Allee 368, Vermittlung: Savills/ANTEON
- **BBDO Group Germany GmbH**
Werbeagentur, Erneuerung des Mietvertrages in der Königsallee 92, Vermittlung: CBRE
- **bhm Outsourcing Personalmanagement – Zeitarbeit GmbH**
254 m², Personalberater, Umzug von der Rethelstraße zur Schirmerstraße 80, Vermittlung: Colliers International
- **B.P.L. GmbH**
215 m², Logistik, Umzug von der Frachtstraße 26 zur Heltorfer Straße 12–22, Vermittlung: JLL
- **Bundesanstalt für Immobilienaufgaben für die Bundeswehr**
1.511 m², öffentliche Verwaltung, Umzug von der Fontanestraße 4 in die Füllbachstraße 8, Vermittlung: BNP Paribas
- **Buse Düsseldorf GbR**
277 m², Dienstleister, Büroerweiterung (Hauptbüro: Königsallee 100), Königsallee 98 a, Vermittlung: AENGEVELT
- **Cleanspot Distribution GmbH**
54 m² (Lager), Logistik, Neuansiedlung, Himmelgeister Straße 88, Vermittlung: AENGEVELT
- **Comarch Software und Beratung AG**
361 m², Software/IT-Branche, Umzug vom Heerdter Lohweg zur Schiessstraße 68, Vermittlung: Savills
- **Cristaltex/Jaketex**
190 m², Mode, neue Niederlassung, Kennedydamm 1, ANTEON
- **Crosshiring GmbH**
92 m², Personalmanagement, Umzug von der Erich-Klausener-Straße 8 zum Graf-Adolf-Platz 11–12, Vermittlung: Corealis CRE GmbH
- **Debeka**
286 m², Versicherung, Alt-Pempelfort, Vermittlung: ANTEON
- **DESA**
Mode, Cecilienallee 40, Neugründung, Vermittlung: Catella
- **Deutsche Post InHaus Service GmbH**
960 m², Logistik, Umzug von der Bastionstraße 32 zur Herzogstraße 15, Vermittlung: JLL
- **DIJET Industrial Co., LTD.**
180 m², Immermannstraße 9, Vermittlung: Savills
- **Dr. Thilo Bobrowski**
146 m², Unternehmensberatung, neuer Standort, Königsallee 86, Vermittlung: Catella/Savills
- **Dr. Z GmbH**
400 m², Vertrieb von Zahnersatz, Erweiterung, Bahnstraße 16, Vermittlung: Catella Property GmbH
- **Ecovis**
1.620 m², Rechtsanwälte, Umzug vom Mörsenbroicher Weg 200 zur Grafenberger Allee 297, Vermittlung: ANTEON
- **EIP Europe**
260 m², Rechtsanwälte, Umzug von der Königsallee 14 zur Graf-Adolf-Straße 14, Vermittlung: JLL/Colliers International
- **Europe Middle East Industrial Trading GmbH**
115 m², Handelsunternehmen, Neugründung, Graf-Adolf-Straße 21, Vermittlung: BNP Paribas
- **Fashion ID Komplementär GmbH**
889 m² Mode, Neugründung in der Bleichstraße 8–10, Vermittlung: Catella Property GmbH
- **Fashion Pure**
75 m², Mode, Umzug von der Kaiserswerther Straße 140 zur Kaiserswerther Straße 152, Vermittlung: Catella Property GmbH
- **FORCE Communications & Media GmbH**
969 m², Werbung, Umzug vom Niederkasseler Lohweg 185 zur Theo-Champion-Straße 2, Vermittlung: Catella Property GmbH
- **GEZE Service GmbH**
390 m² Büro, 530 m² Halle, Türtechnik, Zuzug aus Essen, Heltorfer Straße 12–24, Vermittlung: Corealis CRE GmbH
- **GroupM Germany GmbH**
2.400 m², Werbung, Umzug von der Derendorfer Allee 10 zur Rather Straße 110 a (Expansion), Vermittlung: JLL
- **Group7 AG**
310 m², Logistik, Umzug vom DUS Air Cargo Center zur Heltorfer Straße 4–6, Vermittlung: JLL
- **Höganäs GmbH**
700 m², Industrie, Umzug von der Grafenberger Allee 56 in die Moskauer Straße 25, Vermittlung: Savills
- **inpunkto AG**
120 m², Beratungsunternehmen, von Ratingen in die Berliner Allee 67, Vermittlung: Colliers International/BNP Paribas
- **itec systems AG**
1.127 m², IT-Dienstleister, Umzug von der Völklinger Straße 4 zur Schirmerstraße 76, Vermittlung: Catella Property GmbH
- **Jiva UG Hotyoga**
350 m², Sport-/Freizeitbranche, Umzug von der Lützowstraße 6 zur Fichtenstraße 68, Vermittlung: Savills
- **jobs in time**
153 m², Personalberater, neuer Standort Düsseldorf, Am Wehrhahn 100, Vermittlung: Colliers International
- **John Jennings, Rechtsanwalt**
168 m², Neuansiedlung Steinstraße 2, Vermittlung: Savills
- **KDDI Deutschland GmbH**
292 m², Telekommunikation, Umzug von der Hansaallee 249 zur Fritz-Vomfelde-Straße, Vermittlung: JLL
- **Lacoste**
200 m², Handelsunternehmen, Cecilienallee 15, Vermittlung: BNP Paribas
- **Lindschulte & Kloppe**
170 m², Ingenieurbüro, Anmietung zusätzlicher Bürofläche, Stresemannstraße 26
- **Livingstone Partners GmbH**
538 m², Unternehmensberatung, Umzug von der Steinstraße 13 zur Königsallee 60 a–g, Vermittlung: JLL
- **Martin Beesch Handelsagentur**
264 m² Büro/Showroom + 48 m² Lager, Vertrieb, Neuansiedlung, Himmelgeister Straße 88, Vermittlung: AENGEVELT
- **Marx Hausverwaltung**
132 m², Neugründung, Inselstraße 24, Vermittlung: Catella Property
- **Michael Bailey Associates**
184 m², Consultants/Projektmanagement, Umzug vom Seestern zur Kaistraße 18, Vermittlung: Corealis CRE GmbH
- **Michgehl & Partner**
139 m², EDV/IT, Umzug von der Merowingerstraße 29 zur Erkrather Straße 162, Vermittlung: Colliers International/BNP
- **mindsquare GmbH**
360 m², IT, Neuansiedlung an der Graf-Adolf-Straße 14, Vermittlung: Colliers International
- **Oscor Europe GmbH**
387 m², Medizintechnik, Umzug von der Speditionstraße 21 zur Fritz-Vomfelde-Straße, Vermittlung: JLL
- **PAXX GmbH Corporate Communications**
226 m², Werbung, Umzug von der Rheinallee 15 zur Schanzensstraße 102, Vermittlung: ANTEON/Catella Property GmbH
- **pbb Deutsche Pfandbriefbank**
195 m², Bank, Umzug von der Königsallee 61 zur Benrather Straße 12, Vermittlung: JLL/BNP Paribas
- **preis24.de GmbH**
1.200 m², Medien und Werbung, Umzug von der Kaistraße 20 in die Kaistraße 5, Vermittlung: BNP Paribas
- **Quant. Capital Management GmbH**
550 m², Asset-Management-Gesellschaft, Umzug von der Innenstadt zur Speditionstraße 17, Vermittlung: JLL
- **Rehbach Personal-Service GmbH**
139 m², Umzug von Wuppertal zur Erkrather Straße 162, Vermittlung: Colliers International/BNP
- **RSK Group AG**
550 m², Werbung, Umzug von der Rather Straße 110 a zur Rather Straße 49 d, Vermittlung: Catella Property GmbH
- **SAS CBP Deutschland**
183 m², Banken/Finanzdienstleistungen, Roßstraße 96, Vermittlung: BNP Paribas
- **Schwann Verlag KG**
2.370 m², Verlag, Umzug von der Markenstraße 21 zur Hansaallee 249, Vermittlung: ANTEON/Catella Property GmbH
- **Schweitzer Vertriebs GmbH**
190 m², Handelsunternehmen, neue Niederlassung in Düsseldorf, Mündelheimer Weg 37, Vermittlung: BNP Paribas
- **Serve7 GmbH**
260 m², Dienstleister für Gastronomiepersonal, Umzug von der Martinstraße 47–55 zur Fahrstraße 1, Vermittlung: Corealis CRE GmbH
- **SHN International GmbH**
230 m², Import, Export und Produktion, Neuansiedlung, Königsallee 82–84, Vermittlung: AENGEVELT
- **Silvia Dobrindt – Beratung im Gesundheitswesen GmbH & Co. KG**
215 m², Personalberatung, Umzug vom Rothhäuser Weg 12 zum Neuen Zollhof 3, Vermittlung: Savills
- **Software AG**
420 m², IT/Software, Umzug vom Niederkasseler Lohweg zur Hans-Böckler-Straße 1, Vermittlung: Catella Property GmbH
- **Stemcor**
1.200 m², Stahlhandel, Umzug von der Breiten Straße 29 zur Peter-Müller-Straße 24 (Airport Garden's), Vermittlung: Catella Property GmbH
- **Synnous Consulting**
123 m², Beratungsunternehmen, Umzug zur Werdeener Straße 8, Vermittlung: ANTEON
- **TeamBank AG**
246 m², Banken/Dienstleistungen, Zuzug aus Nürnberg zur Schirmerstraße 80, Vermittlung: Corealis CRE GmbH
- **Timken GmbH**
1.330 m², Stahlbranche, Umzug von Haan nach Düsseldorf, Reisholzer Werftstraße 38–42, Vermittlung: Corealis CRE GmbH
- **Timo Breyer Handelsagentur**
290 m², Vertrieb, Neuansiedlung, Himmelgeister Straße 88, Vermittlung: AENGEVELT
- **TV 59plus**
157 m², Medien, Umzug von der Brückenstraße 31 zur Stromstraße 41, Vermittlung: Savills
- **VGP Industriebau GmbH**
307 m², Projektentwickler, Umzug von der Malkastenstraße 7 zur Cecilienallee 17, Vermittlung: ANTEON
- **VR WERT GmbH**
185 m², Immobilienbewertung, Zuzug aus Köln, Königsallee 30, Catella Property GmbH
- **WBS TRAINING AG**
662 m², Schulungsunternehmen, Umzug von der Berliner Allee 44 zur Kreuzstraße 34, Vermittlung: Catella/Engel Völkers
- **Weisse Steuerberater Partnerschaft mbB**
226 m², Steuerberater, Umzug vom Feldmühleplatz 9 zur Schanzensstraße 102, Vermittlung: Catella Property GmbH/ANTEON
- **X-CELL AG**
1.050 m², E-Learning, Umzug von der Oberbilker Allee 165 in die Kaistraße 2, Vermittlung: Corealis CRE GmbH
- **Zoro Tools Europe GmbH**
330 m², Industrie-/Handelsunternehmen, Flächenerweiterung Speditionstraße 1, Vermittlung: ANTEON

In eigener Sache

- Die Ansiedlung internationaler Firmen, Services für ausländische Firmen am Standort Düsseldorf sowie die Betreuung der Städtepartnerschaften und die Koordinierung der internationalen Beziehungen der Landeshauptstadt werden im Fachbereich 80/1 gebündelt.
- Die Ansiedlung internationaler Firmen, Services für ausländische Firmen am Standort Düsseldorf sowie die Betreuung der Städtepartnerschaften und die Koordinierung der internationalen Beziehungen der Landeshauptstadt werden im Fachbereich 80/1 gebündelt.
- Der Fachbereich 80/2 betreut die Anliegen der in Düsseldorf ansässigen Firmen und bietet u. a. Immobilienservice und Genehmigungsmanagement, Fördermittel- und Gründungsberatung sowie Informationen zum Standort. Hier werden übergreifende Projekte wie die regionale Zusammenarbeit, Europaprojekte und die Arbeit an Querschnittsthemen gebündelt (z. B. zum Masterplan Industrie).
- Der Fachbereich 80/3 ist die zentrale Verwaltungsabteilung des Wirtschaftsförderungsamtes.

Die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner der Wirtschaftsförderung

Amtsleitung

Uwe Kerkmann, Telefon: 89-95500

Fachbereich 80/1 Unternehmensservice international

Fachbereichsleitung
Annette Klerks, Telefon: 89-95503

- › International-Business-Service
- › Internationale Angelegenheiten

Fachbereich 80/3 Verwaltungsangelegenheiten

Fachbereichsleitung
Joachim Schrum, Telefon: 89-93808

Fachbereich 80/2 Unternehmensservice national

Fachbereichsleitung
Andre Boschem, Telefon: 89-95502

Abteilungsleitung
Thomas Zacharias, Telefon: 89-95507

- › Unternehmensservice
- › Immobilienservice

Abteilungsleitung
Ferdinand Nett, Telefon: 89-93843

- › Branchenentwicklung
- › Förder- und Gründungsberatung
- › Europaprojekte
- › Fachkräfteentwicklung

Abteilungsleitung
Andreas Eberhöfer, Telefon: 89-95875

- › Grundlagen
- › Wirtschaftsdaten
- › Regionale Kooperation

Martin Beckers, Telefon: 89-97680
Dr. Marion Schwartzkopff,
Telefon: 89-95504

- › Öffentlichkeitsarbeit
- › Standortmarketing

Ihr Kontakt zum Schwerpunktthema Werbung/Kreativwirtschaft



Markus Dörsing,
Immobilien



Christiane Knoll
Firmenbetreuung



Alexander Löser,
Statistik

E-Mail

vorname.name@duesseldorf.de

WWW

www.duesseldorf.de/mittelstand



Impressum

Herausgegeben von der
Landeshauptstadt Düsseldorf
Der Oberbürgermeister
Wirtschaftsförderungsamt
Burgplatz 1, 40213 Düsseldorf
business@duesseldorf.de

Verantwortlich
Uwe Kerkmann

Redaktion
Wirtschaftsförderung Düsseldorf
Dr. Marion Schwartzkopff
marion.schwartzkopff@duesseldorf.de

Gestaltung
doppel.design, Düsseldorf
www.doppel-punkt-design.de

Druck
Albersdruck GmbH & Co. KG,
Düsseldorf

XII/14-12
www.duesseldorf.de/
wirtschaftsfoerderung

Fotos

Titel: iordani/Fotolia; Seite 2: Landeshauptstadt Düsseldorf, M28 Markenwerbung/Hüttermann, BlueSkyImages/Fotolia, WavebreakMediaMicro/Fotolia, goodluz/Fotolia, Photographee.eu/Fotolia; Seite 3: Kampagne/Agentur BUTTER.; Seite 4: Paul Esser; Seite 5: Kampagnenfotos MCD, F. Schmidt/Fotolia; Seite 6: Sergey Nivens/Fotolia, goodluz/Fotolia; Seite 7: sepy/Fotolia, Kasco Sandor/iStock; Seite 8: Composer/Fotolia, Wirtschaftsförderung; Seite 9: GIMP, Paul Esser, Zelfit/Fotolia; Seite 10: Tatjana Balzer/Fotolia, losw/Fotolia, BlueSkyImages/Fotolia; Seite 11: Malte Hoernberg, VRD/Fotolia; Seite 12: Paul Esser, Maksym Dykha/Fotolia; Seite 13: Paul Esser; Seite 14: Paul Esser; Seite 16: Greatpapa/Fotolia, Nisakorn Neera/Fotolia, Wirtschaftsförderung