



Gemeinsam lernen, aber jeder für sich

Das Aachener Unternehmen Edudip überträgt das klassische Seminar in die virtuelle Welt. Dafür gab es jetzt eine Auszeichnung.

VON CHRISTOPH CLASSEN

Aachen. Es lässt sich nicht eindeutig sagen, ob Torsten Kämper mit seinem Unternehmen Menschen zusammenführt oder ob er sie voneinander entfernt, entscheidend ist da wohl die Sichtweise. Fakt aber ist, dass Kämper, 35, Diplombachelor in Elektrotechnik an der RWTH Aachen, es den Menschen leichter macht, voneinander zu lernen.

Edudip heißt die GmbH, die er mit einem Kollegen im Februar 2010 in Aachen gegründet hat, und dass es bislang ganz gut läuft, lässt sich an der Zahl der Mitarbeiter ablesen, mittlerweile sind es zwölf. Und im Juni konnte Kämper nach Berlin fahren, weil Edudip

„Wir haben das Thema nicht neu erfunden, aber wir haben es einfach gemacht.“

TORSTEN KÄMPER,
EDUDIP-GESCHÄFTSFÜHRER

dort mit dem Comenius-EduMedia-Siegel 2011 ausgezeichnet wurde, das von der Gesellschaft für Pädagogik und Information vergeben wird. Kämper sagt, dass das so etwas wie eine TÜV-Plakette auf dem Feld des E-Learning sei, einem Bereich also, in dem es um elektronisch unterstütztes Lernen geht.

Die Geschäftsgrundlage von Edudip ist eine Website, auf der das Konzept eines klassischen Seminars in den virtuellen Raum übertragen wird, so dass es keine Rolle mehr spielt, wo sich die Teilnehmer befinden. Wichtig ist nur, dass sie über einen internetfähigen Computer verfügen.

Geschäftsführer Kämper behauptet nicht, dass er die Idee erfunden hat. Er sagt, dass es Firmen, die das gleiche anbieten wie Edudip „schon ewig gibt“ und meint damit, dass Online-Seminar-Anbieter wohl schon seit 1998 existierten, was gemessen an der rasanten Entwicklung des Internets tatsächlich eine Ewigkeit her ist. Kämper meint aber auch, dass es bis jetzt niemandem gelungen sei,



Gruppenbild mal anders: Das Edudip-Team mit Geschäftsführer Torsten Kämper (vorne links sitzend).

Foto: Edudip

das Angebot so benutzerfreundlich zu gestalten wie Edudip. Er sagt: „Wir haben das Thema nicht neu erfunden, aber wir haben es einfach gemacht.“ Und darin erkennt er den Grund für den erfolgreichen Start des jungen Unternehmens.

Alle Anwendungen wurden von Edudip entwickelt, sie laufen ausnahmslos über das Internet, installiert werden muss nichts. Es gibt eine Art öffentlichen Marktplatz, auf dem alle Seminare zu finden sind, täglich werden zwischen zehn und 15 gehalten, Tendenz steigend. Die Themen sind Kategorien wie Management, EDV, Recht und Hobbys zugeordnet, die Anmeldung funktioniert ohne Regis-

trierung mit wenigen Mausklicks, die Teilnehmer werden – falls gewünscht – vor Beginn per E-Mail oder SMS an das Seminar erinnert.

Die Kommunikation im Seminar läuft per Chat oder Mikrofon, der Trainer kann Präsentationen, Bilder und Filme zeigen, die Teilnehmer haben die Möglichkeit, sich per Webcam oder Profilbild darzustellen, ein Muss ist das nicht. Sie können mit einem kleinen Kaffeetassen-Symbol verdeutlichen, dass sie gerade eine Pause machen oder mit einem Fragezeichen, dass sie etwas nicht verstanden haben. Die Zahl der Teilnehmer sei praktisch unbegrenzt, sagt Kämper, „demnächst haben wir ein Seminar mit 800“.

Die Nutzung von Edudip ist grundsätzlich kostenlos und da auf der Website auch keine Werbung zu finden ist, muss es andere Wege geben, damit Geld zu verdienen. Die gibt es, sagt Kämper und erklärt: Sollen Seminare gehalten werden, an denen über 50 Menschen teilnehmen und deren Dauer beliebig lang ist, muss der Nutzer dafür eine kostenpflichtige Mitgliedschaft beantragen. Zudem

haben Trainer die Möglichkeit, für ihre Seminare einen Betrag von den Teilnehmern zu verlangen, zehn Prozent davon geht als Provision an Edudip. „Wir haben jetzt schon über 100 zahlende Mitglieder“, sagt Kämper, auf der Seite seien fast 1000 Online-Trainer und über 1000 Seminare zu finden, über 7000 Anmeldungen wurden bislang registriert.

Eine Menge ungenutztes Potenzial

Geld verdient das Unternehmen daneben mit dem Verkauf der entwickelten Anwendungen an andere Firmen, die die Technik etwa zur Schulung der eigenen Mitarbeiter einsetzen wollen. „Die Nachfrage nach einfachen Systemen ist gigantisch“, sagt Kämper, und es ist dieser Trend, der seine 2009 entwickelte Geschäftsidee bestätigt. Damals hatte er gerade die Anteile seines ersten Web-Unternehmens verkauft, und er sah im Bereich Online-Seminare eine Menge Potenzial, das bis dato nicht genutzt wurde.

Heute sitzt Kämper in einem Büro, dass eigentlich zu groß ist,

für das was darin steht; Schreibtisch, Stuhl, Computer, viel mehr ist es nicht. Edudip will weiter wachsen, so viel ist klar, Platz wurde dafür jedenfalls schon eingeplant. Kämper weiß, dass Online-Seminare günstiger sind als klassische, Fahrt- und Übernachtungskosten entfallen ja.

Das ist ein Grund, warum er die Zukunft von Edudip recht optimistisch einschätzt, ein anderer ist das Marketing in sozialen Netzwerken wie Twitter und Facebook, das seine Firma derart effektiv beherrscht, dass ihn die Industrie- und Handelskammer Aachen dazu eingeladen hat, zum Thema zu referieren. „Ich werde da wirklich vor Ort sein“, sagt Kämper, der ohnehin die Meinung vertritt, dass sein Angebot das klassische Seminar nie vollständig verdrängen wird. Er sieht es als Ergänzung; beim ersten Mal treffen sich die Menschen tatsächlich, und alle weiteren Termine finden online statt, so etwa. „Der Kontakt von Mensch zu Mensch ist schon wichtig“, sagt Kämper und macht eine lange Pause, bevor er hinzufügt: „Denke ich.“

Trainer können sich eine eigene Akademie anlegen

Neben dem öffentlichen Marktplatz, auf dem die verfügbaren Seminare aufgelistet werden, gibt es auf www.edudip.com ein weiteres Angebot. Geschäftsführer Torsten Kämper nennt es „exklusiver“.

Jeder Trainer kann eine eigene Akademie anlegen, in der allein die Seminare gezeigt werden, die er selbst anbietet.

Dort gibt es auch ein Profil des Trainers und die Möglichkeit die Bewertungen anderer Teilnehmer zu lesen oder selbst welche zu verfassen.

Belgische Bahn streicht Express zwischen Brüssel und Maastricht

Unpünktlichkeit und technische Probleme. Limburgischer Politiker übt Kritik.

VON VERENA MÜLLER

Aachen/Brüssel. Die Hochgeschwindigkeitsverbindung zwischen Maastricht und Brüssel steht vor dem Aus. Sie wird im Dezember aus dem Fahrplan der belgischen Bahn gestrichen. Das bestätigte gestern die NMBS (Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen). Als Gründe nannte NMBS die große „Unpünktlichkeit“ des Express, der bei kleineren Verspätungen allen anderen Zügen bei der Einfahrt nach Maastricht Vorrang geben muss, und „Materialprobleme“ – gemeint sind technische Schwierigkeiten der belgischen Züge auf dem niederländischen Schienennetz.

Joost van den Akker (VVD), Abgeordneter des limburgischen Parlaments, findet die Abschaffung „inakzeptabel“. Er sieht auf belgischer Seite „reinen Unwillen“. An den technischen Schwierigkeiten alleine könne es nicht liegen, meint er. Als Volksvertreter könne er diesen Vorgang nicht tolerieren, deshalb habe er jetzt bei der Provinz eine offizielle Anfrage in die

Sache gestellt, sagte er gestern. Reisende sollen nach fünf Jahren wieder die alten Verbindungen Visé – Lüttich – Brüssel und Maastricht – Lüttich nutzen. Sprich: von Maastricht aus in Lüttich umsteigen, um nach Brüssel zu gelangen. Von den täglich 17 000 Fahrgästen auf dieser Strecke müssten dies laut NMBS nur fünf Prozent in Kauf nehmen. Knapp 30 Minuten länger beträgt dann die Fahrzeit.

Marketing für 400 000 Euro

Die Entscheidung der NMBS kommt aus zwei Gründen überraschend. Zum einen waren die Probleme von Anfang an bekannt und schienen 2009 zumindest größtenteils gelöst. Zum anderen sind erhebliche, auch finanzielle Anstrengungen unternommen worden, um die Verbindung zu ermöglichen: 450 000 Euro hatten die Stadt Maastricht, die Provinz Limburg und die EU an die belgische Bahn gezahlt, eine Million Euro kostete der technische Umbau der Elektrizitäts- und Sicherheitssysteme und weitere 400 000 Euro

wurden in die Marketingkampagne in den Niederlanden gesteckt.

Zwischen Maastricht-Randwijk und Visé war damals das belgische Sicherheitssystem verlegt worden, um zu verhindern, dass die belgischen Züge Spannung an die Oberleitung abgeben, was zu Störungen führte, und damit die elektrischen Bremsen nicht ausgeschaltet werden mussten. Das hatte zur Folge, dass die Züge nur auf Sicht, sprich: langsam, fahren konnten. Das wiederum führte zu Verspätungen.

Trotz Einigung auf ministerieller Ebene sorgt nach wie vor die Diskussion um die Sprachkompetenz der Lokführer für Ärger. Die Inspektoren der niederländischen Bahn verhängen nach wie vor Bußgelder, wenn belgische Lokführer kein Sprachdiplom nachweisen können – egal, wie gut sie Niederländisch beziehungsweise Flämisch sprechen.

Van den Akker sieht nicht nur die Erreichbarkeit Limburgs für Studenten oder Geschäftsleute aus Belgien in Gefahr. Auch die Anschlüsse nach London und Paris würden schlechter.

Mit Innovation auf dem Weg zum Erfolg

Pharmaunternehmen Grünenthal legt Zahlen vor

VON BERTHOLD STRAUCH

Aachen. Das Aachener Pharmaunternehmen Grünenthal sieht sich seinem Ziel, die weltweite Führerschaft in der Schmerztherapie zu übernehmen, einen Schritt näher. Wie Vorstandsvorsitzender Harald F. Stock gestern bei der Vorlage der Geschäftszahlen des ersten Halbjahres 2011 darlegte, sei das erklärte Kerngeschäft im Vergleich zum Vorjahr um neun Prozent gewachsen. Die strategische Fokussierungsphase sei mittlerweile erfolgreich abgeschlossen. Bei der Abgabe von Randaktivitäten des Geschäfts sei Grünenthal schneller als erwartet vorangekommen. Die Umsatzerlöse erreichten von Januar bis Juni insgesamt 469 Millionen Euro, ein Plus von 37 Millionen Euro.

Laut Finanzchef Stefan Genten hätten verstärkte Aufwendungen in Forschung und Entwicklung – 29 statt 23 Prozent im Jahr zuvor –, die die Verbesserung der Lebensqualität von Patienten zum Ziel hätten, sowie die Markteinführung des neuen Schmerzprodukts

„Palexia“ zusammen mit veräußerungsbedingtem Margenverlusten zu einem Konzernergebnis vor Steuern von 19 Millionen Euro geführt. Es liege damit über den Erwartungen. Allein beim Medikationsunternehmen Palexia wird ein Umsatz von 30 Millionen Euro erwartet.

Stock wertet die Innovationen als „strategischen Schlüssel für die Zukunftssicherung“ des Familienunternehmens.

Grünenthal gründet einen Großteil seiner positiven Erwartungen in sein verstärktes Südamerika-Geschäft. Seit kurzem wird neu der größte Wachstumsmarkt des Subkontinents, Brasilien, beachtet. Die Präsenz dort soll weiter ausgebaut werden. Dabei denken die Aachener auch an Vertriebspartnerschaften mit anderen Pharmaunternehmen. Für ganz Lateinamerika wird 2011 eine Umsatzsteigerung von zehn Prozent gegenüber dem Vorjahr erwartet.

Stock in seinem Fazit: „Wir sehen uns bestens gerüstet.“ Grünenthal ist weltweit in 36 Ländern mit Gesellschaften präsent und zählt rund 4900 Mitarbeiter.

KURZ NOTIERT

Kik ruft Kinderwäsche „Spiderman“ zurück

Bönen. Die Bekleidungskette Kik ruft das Kinderwäschset „Spiderman“ zurück. Es könne den giftigen Azofarbstoff enthalten, teilte Kik gestern in Bönen (Kreis Unna) mit. Von dem Farbstoff können „deutliche gesundheitliche Risiken“ ausgehen, wie eine Unternehmenssprecherin erläuterte. Das Kinderwäschset (Artikelnummer 6016900) war für 3,99 Euro verkauft worden. (dpa)

ZUR PERSON



Die Turbulenzen auf den Finanzmärkten und die trübe Wirtschaftslage in den USA verderben den deutschen Unternehmen die Laune. Die Stimmung in der Wirtschaft verschlechterte sich im August unerwartet deutlich und drückte den ifo-Index kräftig von 112,9 auf 108,7 Punkte, wie das ifo Institut gestern in München mitteilte. „Die deutsche Wirtschaft kann sich den weltweiten Turbulenzen nicht entziehen“, sagte ifo-Präsident **Hans-Werner Sinn**. Bereits im Juli hatte das wichtige Stimmungsbarometer nachgegeben. Nun erreichte der Wert den tiefsten Stand seit Juni 2010. Besonders deutlich trübten sich die Erwartungen der befragten Unternehmen ein. Der Wert für die Erwartungen an die kommenden Monate ging von 105 auf nur noch 100,1 Punkte nach unten. Der Dax hat gestern dem schwachen ifo-Index getrotzt und seine am Vortag begonnene Erholungsbewegung fortgesetzt. Der Leitindex schloss mit 5681 Punkten und damit um 2,7 Prozent im Plus.



Quotenhits wie „Deutschland sucht den Superstar“ und die florierenden Werbemärkte in Mitteleuropa haben der RTL Group einen Gewinnbruch beschert. Europas größter TV-Konzern steigerte sein Nettoergebnis in den ersten sechs Monaten dieses Jahres um 24 Prozent auf 382 Millionen Euro, wie Firmenchef **Gerhard Zeiler** gestern in Luxemburg mitteilte. Der Umsatz der zum Bertelsmann-Konzern gehörenden RTL Group stieg um 3,4 Prozent auf 2,75 Milliarden Euro. Gut lief das Geschäft auch auf dem wichtigen deutschen Markt, der nach wie vor für knapp ein Drittel der RTL-Erträge verantwortlich ist. Dank Erfolgsformaten wie dem „Dschungelcamp“, Sportereignissen wie der „Formel 1“ sowie Serien-Hits wie „CSI: NY“ oder „Law & Order“ baute RTL nach eigenen Angaben seine Marktführerschaft gegenüber dem Konkurrenten ProSiebenSat.1 weiter aus. Der Flaggschiff-Kanal RTL erzielte sogar die besten Einschaltquoten seit 2003. Trotz eines insgesamt stagnierenden deutschen Werbemarkts steigerte der Konzern dadurch seine Erträge hierzulande um 2,9 Prozent und sein operatives Ergebnis um 4,3 Prozent.



Angesichts der Finanzkrise in Europa erwartet der ehemalige Vorsitzende der US-Notenbank Fed das Ende der Gemeinschaftswährung. „Der Euro bricht zusammen“, sagte **Alan Greenspan** laut „Handelsblatt“ auf einem Symposium in Washington. Dies werde gravierende Probleme bei europäischen Banken nach sich ziehen, da deren Sicherheiten teilweise „fragwürdig“ seien. Amerikanische Unternehmen warnte Greenspan dem Blatt zufolge vor Gewinnbrüchen und sinkenden Aktienkursen. Analysten führten einen Teil der Verluste des Euros gegenüber dem Dollar am Dienstag auf die Äußerungen Greenspans zurück.