



Ausgabe 02 | 2021

DAS ZUKUNFTSMAGAZIN



**SCHWERPUNKTTHEMA:
DIGITALISIERUNG UND
DIGITALE TRANSFORMATION**

Seite 5 - 22

mit freundlicher Unterstützung durch:



Impressum

ZENTEC GmbH
Zentrum für Technologie, Existenzgründung
und Cooperation
Industriering 7
63868 Großwallstadt

Telefon: 06022 26-0
Telefax: 06022 26-1111
E-Mail: redaktion@zukunfts magazin.de
Internet: www.zukunfts magazin.de

Redaktion & Anzeigenbetreuung:
Thorsten Stürmer, Marc Gasper

ISSN-Nr.: 1862-1104
Auflage: 2000
Bezug kostenlos

I	Inhalt	2
II	Editorial	4
III	Schwerpunktthema: Digitalisierung und Digitale Transformation	5
	Alles wird digital	5
	New Work – Arbeit neu leben mit Collaboration Tools und dabei Compliance sicherstellen.....	7
	Der Weg zur intelligenten Organisation	8
	Baustelle digital – Daten auf dem Tablet serviert.....	10
	Gestärkt aus der Krise, gemeinsam in die digitale Zukunft	11
	Modell „simoD3“ für KMU – damit das Datenchaos eine Struktur bekommt	13
	Digitalisierung bei den Stadtwerken: Bustickets per Handy lösen	14
	visproject – Energie- und Umweltmanagement mit Business Intelligence	15
	Networking via Clye	16
	Digitalisierung und Modernisierung: Das JBG Miltenberg und Lehren aus der Pandemie.....	18
	So macht Digitalisierung die Mobilität intelligent.....	20
	Lebensmittelbelehrung ab sofort auch online – flexibel, bequem und unkompliziert.....	21
	Persönliche Kundenberatung – auch in Zeiten von Corona möglich?.....	21
IV	Das Zukunftsmagazin im Interview mit dem Start-up Green MNKY	23
V	Neuigkeiten aus der Region	27
	Heraeus Noblelight erhält den Innovationspreis der deutschen Mobilitätswirtschaft.....	27
	WBGU tagt am Fraunhofer IWKS in Alzenau	28
	20 Jahre LOTAS Softwareentwicklung: Ihr Partner in puncto Digitalisierung und Industrie 4.0 aus der Region	29
	VanAssist: Das autonome Zustellfahrzeug der Zukunft	30
	SKZ wird 2025 klimaneutral: Strategisches Ziel für ein nachhaltiges Fundament des Kunststoff- Zentrums in Würzburg.....	32
	mainproject unterstützt KMUs am Bayerischen Untermain bei nachhaltigen Geschäftspraktiken	33
VI	Stimmen aus der Politik	35
	Freiheit und Verantwortung als Triebfeder für Digitale Transformation in der Corona-Krise.....	35
	Bayern pusht die Digitalisierung	37
VII	Kolumne z!um Schluss	39

Liebe Leserinnen und Leser,

Daten, Daten, Daten. Früher lagen sie in Ordnern, wenig beachtet, und wenn man was gebraucht hat, gingen gegebenenfalls Stunde um Stunde im Archiv verloren. Heute sind sie zu Tausenden auf unseren Servern. Auch da dümpeln sie oftmals ungenutzt herum. Noch sind viele Prozesse nur teilautomatisiert. Doch wer seine Daten intelligent nutzt, kann viele Geschäftsprozesse effizienter gestalten, mehr Transparenz schaffen und sogar Entwicklungen vorhersagen.

Solche Forecasts hatten wir auch in diesem Sommer zur Verfügung hinsichtlich der zu erwartenden Corona-Zahlen für den Herbst/Winter dieses Jahres. Mit „Best Case Szenario“ und „Worst Case Szenario“ sowie „wahrscheinlichste Entwicklung“ lagen viele Modelle vor, die uns frühzeitig gewarnt haben. Selbst in den optimistischen Annahmen war klar, dass es keine einfache Phase wird. Wenn dann Entscheider die durch Digitalisierung möglich gewordenen Zahlen nicht zur Kenntnis nehmen oder nicht richtig interpretieren, hilft die beste Simulation natürlich nicht. Schade, doch es zeigt, was alles möglich ist, wenn Daten intelligent genutzt werden. Gefeierte werden stattdessen Bitcoin und Streamingdienste. Doch angesichts deren Klimabilanz muss

man sich das alles noch mal gut überlegen. Große Fortschritte haben wir dagegen mit virtuellen Konferenzen erreicht: Die Geschäftsreisebranche und die klassischen Eventveranstalter freut dies zwar nicht, aber die Einsparungen an Zeit und CO₂ auf der einen Seite und der Gewinn an Bequemlichkeit für NutzerInnen von virtuellen Konferenztools auf der anderen Seite sind nicht von der Hand zu weisen. Auch die intelligente Auswertung von Energiedaten im Unternehmen gibt wertvolle Tipps zur Verbesserung der Umwelt- und Energiebilanz. Hier ist Digitalisierung ein echter Gewinn.

Digitalisierung kann also Fluch und Segen zugleich sein. Es liegt in unserer Hand, wie wir sie zum Wohl der Gesellschaft und Bewahrung unseres Wohlstands einsetzen. Wie Unternehmen am Bayerischen Untermain die Herausforderungen der Digitalisierung meistern, erfahren Sie in dieser Ausgabe.

Wir wünschen eine anregende Lektüre.

Ihre Redaktion Z! Das Zukunftsmagazin

Wussten Sie schon...

- ... dass an den Grenzen der EU ein in Deutschland entwickelter Scanner zur Bestimmung des Alters von jungen Asylsuchenden genutzt wird?
- ... dass 89 % der Deutschen Angst haben, dass fremde Regierungen Daten ausspionieren könnten?
- ... dass die wertvollsten Unternehmen der Welt ihren Erfolg auf rein digitale Geschäftsprozesse aufgebaut haben?
- ... dass Daten auch das „neue Öl“ genannt werden?



SCHWERPUNKTTHEMA:

Digitalisierung und Digitale Transformation

Alles wird digital

Was bedeutet denn eigentlich Digitalisierung in Unternehmen? Es kann die Art der Mensch-Computer-Interaktion sein, Big-Data-Technologien zur Datenverarbeitung, Techniken des maschinellen Lernens oder aber auch die mobile Kommunikationstechniken zur Vernetzung und Automatisierung der Kommunikation. Grundsätzlich, und da sind wir uns sicher einig, sollte es den Menschen dienen. Die Prozesse vereinfachen und Menschen verbinden.

Nach den Erfahrungen der letzten Monate muss sich nun jedes Unternehmen mit der Digitalisierung auseinandersetzen und für sich selbst klären, welche Relevanz die Digitalisierung im eigenen Unternehmen haben muss. Dabei ist es egal, ob im Handwerk, Gastronomie, Anlagenbau, Dienstleistungssektor oder Gewerbebetrieb.

Digitalisierung ja, aber wie?

Leider gibt es hier kein Patentkonzept. Eventuell ist es die digitale Datenerfassung, das papierlose Büro oder die Einführung eines neuen Kommunikationstools. Die Möglichkeiten scheinen unendlich zu sein. So gilt es, die Potenziale zu identifizieren, Strategien zu entwickeln und in kleinen Schritten, aber konsequent voranzugehen.

Mehr Raum für Ideen finden und voneinander lernen

Das eigene Personal ist immer das Zentrum der digitalen Transformation. Die Bereitschaft zu Veränderungen, die kreativen Ideen und ein offener

Dialog sind die Bausteine. Flankiert von den offenen Strukturen, die einen Austausch und Diskussion ermöglichen.

Zwischenmenschliche Kommunikation erleichtern

Der erste und wichtigste Step ist, die Kommunikation der Mitarbeiter untereinander zu vereinfachen. Denn hier werden die Ideen geboren und auch umgesetzt. Tools zur Teamarbeit, Systeme für eine gemeinsame, verteilte Diskussion, schnelle Echtzeitkommunikation, Anwendungen, um gemeinsam an einem Dokument oder Projekt zu arbeiten. So können neue Ideen, nicht nur für den Digitalisierungsprozess, entstehen und gemeinsam weiterentwickelt werden.

Der Weg zum digitalen Arbeitsplatz ist kürzer als gedacht

Webbasierte Systeme machen es möglich, schnell und unkompliziert neue Wege zu gehen. Für ein modernes Kommunikationssystem ist keine Anlage vor Ort mehr nötig. Dienste aus der Cloud schaffen ►

den Zugang zur mobilen und verteilten Teamarbeit via Videokonferenz oder Screensharing, zum intelligenten Anrufrouting oder zum umfangreichen Call Center. Meist auch in Verbindung mit der bisherigen Telefonanlage.



Heute schon ans Übermorgen denken

Den ersten Schritt machen, dann läuft es meist fast von alleine. Sind die Strukturen für eine verbesserte Kommunikation erst gelegt, können auch die weiteren Schritte hin zum neuen digitalen Geschäftsmodell leichter bewältigt werden. Mit der Zeit gehen, um nicht mit der Zeit zu gehen.

Was hat die C+ITEC AG – a Firstcom Europe Company – in Sachen Digitalisierung getan?

Viel, allerdings schon sehr früh. Ein verteiltes Arbeiten ist schon lange möglich. Die entsprechenden Tools sind seit Jahren im Einsatz. Die Kommunikation läuft und lief reibungslos. An den Projekten wird mit den entsprechenden webbasierten Tools gearbeitet, egal, wo sich die Mitarbeiter befinden. Sicher knirscht und knackt es hin und wieder, aber das sieht das C+ITEC-Team als Anreiz für weitere Veränderungen. ■

Ansprechpartner

Andreas Herget
C+ITEC AG – a Firstcom Europe Company
Dammer Weg 51
63773 Goldbach
06021 4436-1100
vertrieb@citec-ag.de
www.universe-cloud.de

C+ITEC AG – a Firstcom Europe Company

Die C+ITEC AG ist ein Unternehmen der Firstcom Europe Group. Mit über 100 Mitarbeiter in fünf europäischen Ländern betreibt sie die Cloud Telefonanlage „Universe“. Als Full-Service Provider bietet die C+ITEC AG moderne Unified Communications Plattformen und Contact Center verbunden mit einem weltweiten Service. Ein Service, der mittels Monitorings proaktiv tätig wird oder auch 24/7 erreichbar ist.

Plus: Innovative Ideen, Know-how, Leidenschaft – herausragender Service seit über 20 Jahren.

New Work – Arbeit neu leben mit Collaboration Tools und dabei Compliance sicherstellen

Teamgedanke, Handlungsfreiheit, zeitliche, räumliche und organisatorische Flexibilität: New Work nennt sich der Trend und die rasante Entwicklung zu einer neuen Berufswelt. Auch bekannt als Arbeit 4.0, gewinnt die neue Arbeitsbewegung zunehmend an Beliebtheit. Noch vor einigen Jahren war es selbstverständlich, dass sich Menschen, die zusammenarbeiten möchten, auch am selben Ort aufhalten müssen, um auf gemeinsame Inhalte, Ressourcen oder Software zuzugreifen. Mit der Digitalisierung aber auch der Pandemie ist die Mobilität in den Vordergrund gerückt. Ortsunabhängiges Arbeiten – verstärkt durch Homeoffice, verteilte Teams und ergebnisorientierte Arbeitsweisen haben Priorität erlangt.

Teamübergreifende Zusammenarbeit auch in wechselnden Arbeitsumgebungen wird hier immer wichtiger. Die Folge: Unternehmen brauchen einen zentralen und vor allem digitalen Ort der Kommunikation und Kollaboration, an dem die Zusammenarbeit genauso funktioniert, wie im realen Leben. Die Lösung: Eine flexible, anpassungsfähige und skalierbare Plattform, die alle wichtigen Informationen, Dokumente und Instrumente für die Zusammenarbeit gebündelt zur Verfügung stellt. Doch gerade in Branchen wie z. B. Finanzdienstleistungen, braucht es ein Collaboration-Tool, das die beherrschenden Themen der Branche befriedigend löst: Datenschutz, Datensicherheit, Compliance sowie Mobilität und Teamarbeit über alle Kommunikationskanäle.

Der Zweck von Collaboration-Tools ist die Optimierung des Arbeitsprozesses, weshalb die einzelnen Werkzeuge für Bereiche wie Kommunikation, Planung, Organisation oder Analyse geeignet sind. Ein Tool kann sich durch verschiedenste Inhalte und Features auszeichnen, wie beispielweise Filesharing, Echtzeit-Kommunikation, Instant-Messaging, gemeinsamer Kalender oder Management-Features. Viele Unternehmen starten den Aufbau ihres vernetzten Arbeitsplatzes auf der Basis von Office 365. Im Jahr 2011 hatte Microsoft mit Office 365 seine Programme als Webanwendungen in die Cloud gebracht und damit den Weg für eine Collaboration-Plattform geebnet. Da Office 365 aus verschiedensten Programmen besteht, sind auch die Möglichkeiten zur Zusammenarbeit vielfältig. Ein solches Spektrum an Möglichkeiten bieten nur wenige andere Lösungen. Während man bei vielen anderen Collaboration-Tools mit Schnittstellen und zusätzlichen Apps den Umfang erweitern kann, hat Office 365 alle wichtigen Werkzeuge direkt integriert – und setzt somit seine Vision

für eine neue Arbeitswelt und dem richtigen Setup für Zusammenarbeit um.

Die Prinzipien der New-Work-Bewegung eröffnen MitarbeiterInnen wie aus der Finanzdienstleistung neue Möglichkeiten der Flexibilität und Selbstverwirklichung am Arbeitsplatz. Deshalb setzt diese Branche zunehmend auf Konzepte von New Work: Kleinere Teams, Transparenz, Teilen, Kollaboration, Austausch und Zugang zu Informationen sind die Antwort auf die Herausforderungen der Banken und Versicherungen im digitalen Zeitalter. Vernetzte Portale, in denen als Knotenpunkt alle notwendigen Anwendungen für den Arbeitsalltag zusammenlaufen, werden für ein gemeinsames, ortsunabhängiges Arbeiten unerlässlich. Damit erleichtern Finanzdienstleister nicht nur den Zugang zu Wissen innerhalb der Organisation, sondern machen Wissen auch transparent. Gerade im Banken- und Versicherungsumfeld gilt es vor allem in Beratungsgesprächen mit den Kunden, Compliance zu gewährleisten. In den vergangenen Jahren haben regulatorische Anforderungen an Finanzdienstleister durch Richtlinien und Gesetze, wie MiFID II, Dodd-Frank oder Fin-VermV zugenommen. Es braucht also ein Collaboration-Tool, das sowohl das vernetzte Arbeiten und Kommunizieren ermöglicht und gleichzeitig Compliance sicherstellt – z. B. Microsoft Teams. Möglich wird das durch die Zusammenarbeit mit der ASC Technologies AG, die langjährige Erfahrung im Finanzmarkt mitbringt und Compliance-Lösungen für diesen Markt entwickelt.

ASC ist davon überzeugt, dass Teams die Kommunikation und Zusammenarbeit revolutionieren und die klassische Unternehmenskommunikation ersetzen wird – das bestätigen auch neueste User-Zahlen. Im Juli war von über 250 Millionen monatlich aktiven

Usern die Rede. Um auch Branchen, die gesetzlich zur Aufzeichnung jeglicher Kommunikation verpflichtet sind, eine gesetzeskonforme Nutzung von Teams zu ermöglichen, entschieden sich ASC und Microsoft eine Partnerschaft für Compliance Recording und Archivierung einzugehen. Bei Compliance Regularien sind Vorgaben wie Zugriffsrechte, Aufbewahrungsfristen, Ort der Datenspeicherung, Zugang und Löschen von personenbezogenen Daten und vieles mehr sehr wichtig. Verstöße werden mit hohen Bußgeldern oder Handelsverboten geahndet. Umso wichtiger ist eine Lösung innerhalb von Teams, die diese Vorgaben für User erfüllt. ASC Recording Insights gewährleistet die gesetzeskonforme Aufzeichnung und Archivierung aller Kommunikationskanäle (Audio, Bildschirm, Videoanruf, Chat etc.) innerhalb Teams. Alle aufgezeichneten Daten lassen sich darüber hinaus gewinnbringend für eine anschlie-

ßende Analyse verwenden. Somit ist es möglich, das Risikomanagement zu verbessern, schnell und effiziente Suchabfragen zu ermöglichen und Betrugsfälle rechtzeitig zu erkennen. ■

Ansprechpartner

ASC Technologies AG
Nico Unger
Seibelstr. 2-4
63768 Hösbach
06021 5001-290
n.unger@asc.de
www.asc.de

Der Weg zur intelligenten Organisation

Die Jahre 2020/2021 haben uns gezeigt, dass die Strukturen unserer Organisationen, ob private Unternehmen oder die staatlichen Verwaltungen, mit den Anforderungen der Vergangenheit und der nahen Zukunft nicht Schritt gehalten haben. Auf außerordentliche Anforderungen sind die wenigsten Unternehmen/Organisationen vorbereitet. Dies zeigt, dass auch nach der Digitalisierung vieler Unternehmens-/Organisationsprozesse, eine schnelle Anpassung an eine sich ändernde Umwelt nicht möglich ist.

Die meisten Organisationen, Unternehmen (KMUs), NGOs oder öffentlichen Institutionen bleiben in den beiden gängigen Dimensionen des Organisierens gefangen: nämlich in den Organigrammen und den Geschäftsprozessen. Letztlich ist es aber alleine die Informationsverarbeitung, mit der Unternehmen Komplexität und Dynamik bewältigen. Dabei stehen Steuerung und Kommunikation im Zentrum. Nur auf diese Weise können Organisationen in der neuen Welt des 21. Jahrhunderts überleben [1].

Dabei ist es die Aufgabe der Informationsverarbeitung innerhalb einer Organisation (hier: im Unternehmen), die Steuerung der und die Kommunikation zwischen den Unternehmenseinheiten. Dieser Steuerungsprozess wird durch die Unternehmensstrategie bestimmt und dient dazu, die geplanten Ziele zu erreichen.

Zu den wichtigsten Grundlagen gehören ein Feed-

back-System und die Selbstorganisation. Dadurch wird die Unternehmensstruktur so gestaltet, dass sie sich selbst organisieren, steuern und auch lernen kann.

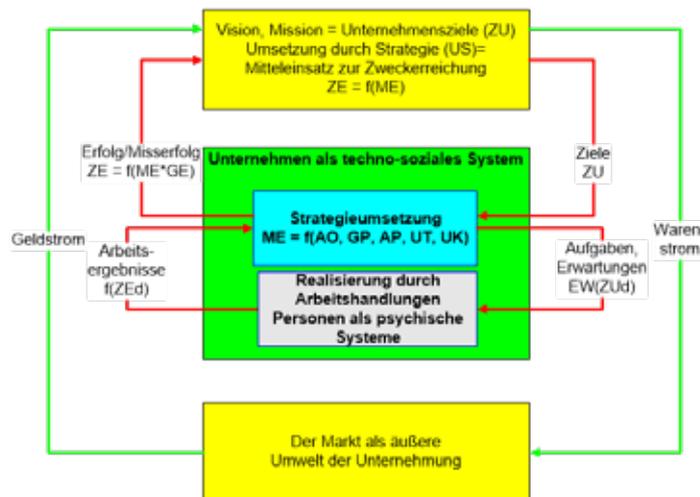
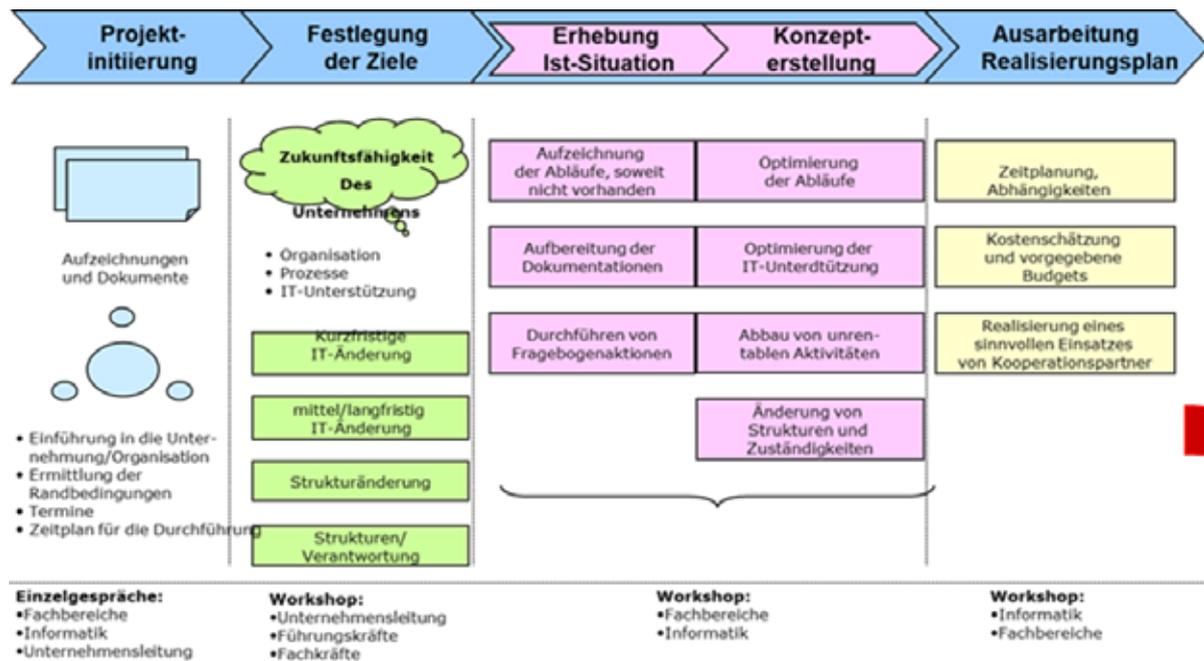
Jedes Teilsystem (Unternehmenseinheit) steuert seine Geschäftsprozesse (Aufgabenbearbeitung), deren Zielerreichung ständig überprüft wird. Dieser Soll-Ist-Vergleich dient wiederum als Input zur ständigen Prozessverbesserung. So wird die Zielerreichung, selbst in einer hoch komplexen Umgebung sichergestellt. Eine solche viable (intelligente) Unternehmensstruktur bildet somit die Grundlage für eine optimale Digitalisierung.

Um die kollektive Intelligenz einer Organisation/ eines Unternehmens zu steigern, kann man, je nach Bedarf, entweder die Anzahl bzw. die Qualität seiner Bestandteile (Funktionen) oder dessen Organisation (Struktur) optimieren. [2]

Wobei gilt: Veränderungsrate der Systemintelligenz = Optimierungskraft/Widerstand

Bei der Etablierung solcher Unternehmenseinheiten und/oder Funktionen sollten folgende Fragen gestellt werden [3]

1. Wie müssen wir uns organisieren, dass der Kunde im Zentrum der Aufmerksamkeit steht und von dort nicht wieder verschwinden kann (Umwelt)?
2. Wie müssen wir uns organisieren, dass die Arbeitspersonen das tun können, wofür sie bezahlt werden (Operation)?
3. Wie müssen wir uns organisieren, dass die Führungspersonen ihre Führungsaufgabe wahrnehmen können (Management)?
4. Wie müssen wir unsere IT-Systeme gestalten, dass diese die Geschäftsprozesse, resultierend aus der Unternehmensstruktur, optimal unterstützen (Vernetzung)?



Bewährte Vorgehensweise bei der Organisationsberatung

Diese Vorgehensweise, die Antworten zu den oben genannten Fragen in Workshops gemeinsam zu erarbeiten, hat sich in vielen Projekten bewährt. Dadurch werden frühzeitig die erfolgsrelevanten MitarbeiterInnen eingebunden und dabei aus den Betroffenen Beteiligte gemacht, was letztlich den Widerstand erheblich vermindert.

Dadurch, dass die ausgewählten MitarbeiterInnen über das nötige Fachwissen verfügen, wird durch diese Vorgehensweise und mit Unterstützung von erfahrenen IT-Spezialisten die Optimierungskraft erhöht. Dies führt dann zum Aufbau einer Organisation, die obige Fragen durch ihre Struktur beantworten kann und so eine intelligente Organisation ist. ■

[1] und [3] Pfiffner, Dr. Martin; 2020; Die dritte Dimension des Organisierens; Springer-Verlag; Heidelberg

[2] Bostrom, Nick; 2014; Superintelligenz; Suhrkamp-Verlag; Berlin

Ansprechpartner

Peter Barfknecht
barfknecht consulting
Wailandstraße 20
63741 Aschaffenburg
06021 4427710
Peter.Barfknecht@Barfknecht.com
www.barfknecht.com

Baustelle digital – Daten auf dem Tablet serviert

Bei Klemens Ott wird der Druck vieler Blöcke eingespart. Dank Smartphone und Tablet werden alle baustellenrelevanten Daten und Informationen jetzt digital erfasst. Die Mitarbeiter loggen sich bei Arbeitsbeginn mit dem Handy ein, der Arbeitsbeginn auf der Baustelle kann so sekundengenau erfasst werden. Ebenso werden Kant- und Ladezeiten dokumentiert. Das ermöglicht ein optimales Baustellencontrolling.



Das Tablet ist für die Baustellenleiter ein wichtiges Hilfsmittel, hier finden sie alle Checklisten. So wird zu Tagesbeginn erst die Baustellensicherheit festgestellt. Wird ein Sicherheitsmangel bemerkt, erhält der Bauleiter eine Nachricht. Auch das Bautagebuch wird digital geführt. Hier können neben Material- und Zeitvorgabelisten, Pläne und Zeichnungen eingesehen werden. Fotos von der Baustelle werden direkt in das Bautagebuch übertragen.

So kann eine optimale wechselseitige Kommunikation zwischen Büro und Baustelle ablaufen. Materialanforderungen können direkt ans Lager gesendet werden, Stunden und Regieberichte können mit Bildern dokumentiert und digital unterzeichnet werden.

Auch Baubesprechungen vor Ort lassen sich einfacher durchführen. So können alle relevanten Informationen gemeinsam eingesehen werden und auch Handskizzen gefertigt und zusammen mit handschriftlichen Notizen auf OneNote erfasst werden. Ist die Baustelle fertig, muss das standardisierte Baustellen- und Abnahmeprotokoll nur noch digital

abgezeichnet werden und die Baustelle ist erfolgreich abgeschlossen.

Nach anfänglicher Eingewöhnungszeit sind die MitarbeiterInnen inzwischen begeistert von den umfassenden Informationen, die ihnen zur Verfügung stehen. Damit die Informationen immer auf dem neusten Stand sind und Abläufe nach Bedarf angepasst werden, hat Klemens Ott eine IT-Expertin, Sandra Schüssler. Sie hat alle Prozesse analysiert und optimiert. Eine eigene Wissensdatenbank, Klemens-Ott-Wiki, sorgt dafür, dass Ausführungsrichtlinien, Verlegeanleitungen und sonstiges Know-how für alle einsehbar sind. ■

Ansprechpartnerin

Monika Klein
Klemens Ott GmbH
Benzstraße 11
63897 Miltenberg
09371 948839
monika.klein@klemensott.de
www.klemensott.de

Gestärkt aus der Krise, gemeinsam in die digitale Zukunft

Als treibende Kraft der Digitalen Transformation hebt die Covid-19-Pandemie versteckte Potenziale, die sowohl Arbeitsprozesse als auch das gesellschaftliche Leben nachhaltig beeinflussen. Gerade jetzt haben Start-ups mit digitalem Fokus die große Chance, sich am Markt zu etablieren. Dass in der Krise der Pioniergeist vieler erwacht ist und der Digitalisierungsschub die Umsetzung neuer, innovativer Ideen begünstigt, kann auch das Digitale Gründerzentrum Alte Schlosserei (DGZ) bestätigen.

Digitalisierung aktiv mitgestalten

Viele haben die vergangenen Monate genutzt, um neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Nicht zuletzt, weil die Nachfrage nach digitalen Angeboten, Innovationen und neuen Technologien für das Arbeits- und Sozialleben stark gewachsen ist. Das spiegelt sich seit Jahresbeginn auch deutlich in der Anzahl der Erstberatungen im DGZ wider. „Die Krise hat der Digitalisierung einen kräftigen Schub verliehen und bei vielen ist jetzt das Gründungsinteresse geweckt“, so Florian Zschka, der Interimsleiter des DGZ. „Für die unterschiedlichsten Probleme der analogen Welt wird an innovativen, nachhaltigen Lösungen gearbeitet.“ Die Ideen der Start-ups reichen dabei von der universellen Roboterplattform bis hin zur smarten Visitenkarte. „Dass es noch Handlungsbedarf in Sachen Digitalisierung gibt, hat die Krise offengelegt. Aber es gibt viele kluge Köpfe, die sich der Herausforderung stellen und den Prozess aktiv mitgestalten wollen“, betont Zschka.

Neue Perspektiven durch Innovation

Vor allem das Online-Business boomt, doch auch Augmented- und Virtual-Reality-Technologien sind gefragter denn je. Schließlich haben diese Technologien in Zeiten strikter Hygienemaßnahmen und Abstandsgebote, in denen Museumsbesuche oder andere kulturelle Angebote nur eingeschränkt wahrgenommen werden konnten, neue Möglichkeiten eröffnet, wie etwa erlebbare, virtuelle Räume, die zum einen begehbar sind und zum anderen Interaktionen mit ausgestellten Produkten zulassen. Zudem sind derartige Lösungsmodelle besonders zukunftsfähig, weil sie nicht nur rund um die Uhr, sondern für Menschen auf der ganzen Welt zugänglich sind.

Gemeinsam gestärkt aus der Krise

Die Digitalen Gründerzentren in Bayern haben in der pandemischen Hochphase beschlossen, dem Mangel an gemeinschaftlichen Aktivitäten sowie der Minimierung sozialer Kontakte entgegenzuwirken. „Die Gründerzentren sind noch näher zusammengedrückt, um mit vereinten Kräften auf die veränder-

ten Rahmenbedingungen zu reagieren“, berichtet Zschka. So konnten durch die gesteigerte Präsenz auf den Social-Media-Plattformen und der DGZ-Homepage Zielgruppen direkter angesprochen und Gründungsinteressierten die Kontaktaufnahme erleichtert werden. Dadurch ist die Vernetzung innerhalb der Start-up-Szene, die vom Dialog und Know-how-Austausch lebt, trotz Corona gestärkt worden.

Sozialer Austausch im virtuellen Raum

Inzwischen sind digitale Events eine echte Alternative zu Präsenzveranstaltungen und haben sich aufgrund der überregionalen Vernetzungsmöglichkeiten etabliert. So ist in Folge des intensiven Kontakts zwischen den Gründerzentren das „Digitale Gründerfrühstück“ entstanden, das Gründerinnen und Gründer aus ganz Unterfranken miteinander vernetzt. Denn hier können in virtuellen Austauschräumen Start-ups voneinander profitieren, die sich unter normalen Umständen vielleicht nie kennengelernt hätten. Und das eben ohne großen Aufwand, am heimischen Frühstückstisch.

Positive Effekte auch bei regionalen Angeboten

Das DGZ-Netzwerk, bestehend aus Gründungsförderern verschiedenster Branchen sowie der kommunalen Politik und regionalen Wirtschaft, hilft den

Start-ups, die Herausforderungen auf dem Weg zum erfolgreichen Unternehmen zu meistern. Da lange Zeit persönliche Treffen und Networking-Events nicht möglich waren, haben sich diese Aktivitäten in den digitalen Raum verlagert. Damit auch zukünftig alle mit innovativen Ideen in der Region Aschaffenburg und Miltenberg am Angebot des DGZ partizipieren können, wird es weiterhin vermehrt digitale Formate geben. Von dieser Entwicklung profitieren vor allem Start-ups im Mainviereck, die nicht direkt in Aschaffenburg gründen und somit lange Anfahrtswege haben. ■

Ansprechpartner

Florian Zschka
Digitales Gründerzentrum Alte Schlosserei
Werkstraße 2
63739 Aschaffenburg
06021 391-377
florian.zschka@dgz-ab.de
www.dgz-ab.de

DIGITALES GRÜNDERZENTRUM ALTE SCHLOSSEREI - ASCHAFFENBURG



KOMM
ZU UNS

DU HAST DIE IDEE?

Fragst dich aber, was du als nächstes tun sollst und wie du die Idee umsetzen kannst?

Dann komm zu uns! Wir bieten dir: • Beratung • Mentoring • Coachings • Workshops • Vorträge • Workspaces

www.dgz-ab.de

• Netzwerk • Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten



Netzwerkpartner:



Gründerland
Bayern

Partnerunternehmen:



Modell „simoD3“ für KMU – damit das Datenchaos eine Struktur bekommt

Gute Datenqualität ist die Basis, um neue oder bestehende Geschäftsmodelle für die digitale Zukunft fit zu machen. Die Experten der simo UG haben sich intensiv mit dem Thema Information- und Datenmanagement in mittelständischen Unternehmen auseinandergesetzt und dafür das 3-Phasenmodell „simoD3“ entwickelt. Dieses Modell bietet Firmen in der ersten Phase die Möglichkeit in der simo Data Management Academy zu erfahren, mit welchen Herausforderungen sie im Information- und Datenmanagement rechnen müssen und welche Strukturen dafür in ihrem Unternehmen nötig sind.

In der zweiten Phase steht simo den Unternehmen mit Workshops zur Seite, um gemeinsam mit den internen Teams an der richtigen Zielsetzung für das Information- und Datenmanagement zu arbeiten. Mit dem Kurs Data Manager werden MitarbeiterInnen qualifiziert, das gesteckte Ziel zu erreichen.

simo bietet Information- und Datenmanagement-Workshops vor Ort oder online, die den Zielen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen – vom einstündigen Infoseminar „Herausforderung im Datenmanagement“ über den Kurs „Datenmanager“ mit Zertifikat bis zum mehrtägigen Workshop (ob klassisch in Präsenz, oder als reine Online-Variante). Dabei profitieren die TeilnehmerInnen von dem Methodenmix aus Theorie und Praxis sowie von gezielten Lösungen mit unmittelbarem Bezug zu ihrem Firmenalltag bzw. eigenen Aufgabenfeld und Umsetzungsvorschlägen, wie sich die Unternehmen erfolgreich für die digitale Zukunft rüsten können. Eine Zukunft mit immer mehr Informationen und Daten aus verschiedenen Quellen, die es sinnvoll zu verwalten gilt, damit diese auch für das ganze Unternehmen nutzbar werden und dadurch Zeit und Kosten gespart werden können.

Zusätzlich zu den Seminaren und Workshops in der Data Management Academy liefert simo auch die direkten Umsetzungsmodelle mit „simoD3“ für KMU und „SWAN DMM“ für große Unternehmen. Möglich ist in den verschiedenen Modellen eine Komplettbetreuung über 12, 24 oder 36 Monate, damit Unternehmen ihr Datenziel nicht aus den Augen verlieren und die digitale Umsetzung mit simo gemeinsam erreichen.



Mit den beiden Gründern von simo, Andreas O. Schwan und Thomas Wassum sowie dem simo Team stehen Experten mit Know-how im Daten-, Print- und Medienmanagement für die Umsetzung zur Verfügung. ■

Ansprechpartner

Thomas Wassum
simo UG
Sandrain 5
63906 Erlenbach
09372 98096-50
info@simo-online.com
www.simo-online.com

Digitalisierung bei den Stadtwerken: Bustickets per Handy lösen

Ein Wisch – und los gehts! Busfahren ohne Barzahlung und das stets zum Bestpreis: Seit letztem Jahr ist das in allen Bussen im Stadtgebiet Aschaffenburg möglich. Einfach einsteigen und statt Kleingeld suchen, das Ticket per App automatisch lösen und bezahlen. Auch kein Grübeln mehr, welche Fahrkarte man am besten kauft.



Die kostenlose Fairtiq App wurde von den Stadtwerken Aschaffenburg eingeführt und wird bereits fleißig genutzt. Im Jahr 2020 konnten auf diesem Wege seit der Einführung im Juli 2020 insgesamt 2.931 Fahrscheine verkauft werden. Diese gelten im Stadtgebiet auf allen Buslinien und der Bahn. Ab 1. Januar 2022 wird das digitale Handyticket auf das gesamte VAB Gebiet ausgeweitet.

Beim Einsteigen genügt eine Wischbewegung in der App, um den Fahrtantritt zu erfassen und das Ticket zu lösen. Ein weiterer Wisch beim Aussteigen beendet die Kostenerfassung. Vergisst man sich auszuchecken, löst die optionale Funktion Smart Stop einen Countdown aus und sendet den UserInnen eine Erinnerung via Push-Nachricht. Die Fairtiq-NutzerInnen können entweder den Countdown abbrechen, wenn sie z. B. auf einen anderen Bus

umsteigen oder die Fahrt beenden. Reagieren sie nicht, endet die Fahrt nach Ablauf des Countdowns automatisch.

Weiterer Vorteil: Fairtiq-UserInnen fahren in allen Bussen und Bahnen der VAB immer zum Bestpreis. Wer morgens eine Einzelfahrkarte löst, am Nachmittag weitere Fahrten antritt, bezahlt nicht mehrere einzelne Strecken, sondern automatisch die günstigere Tageskarte.

Die Abrechnung erfolgt über Online-Bezahlsysteme. Die Preise der Fairtiq-Tickets sind dabei deutlich niedriger als die regulären, im Bus gekauften Pa-piertickets.

Das Handy-Ticket ist jedoch keine Pflicht. Wer will, kann natürlich nach wie vor seine Fahrkarte auch bar bezahlen. ■

Ansprechpartner

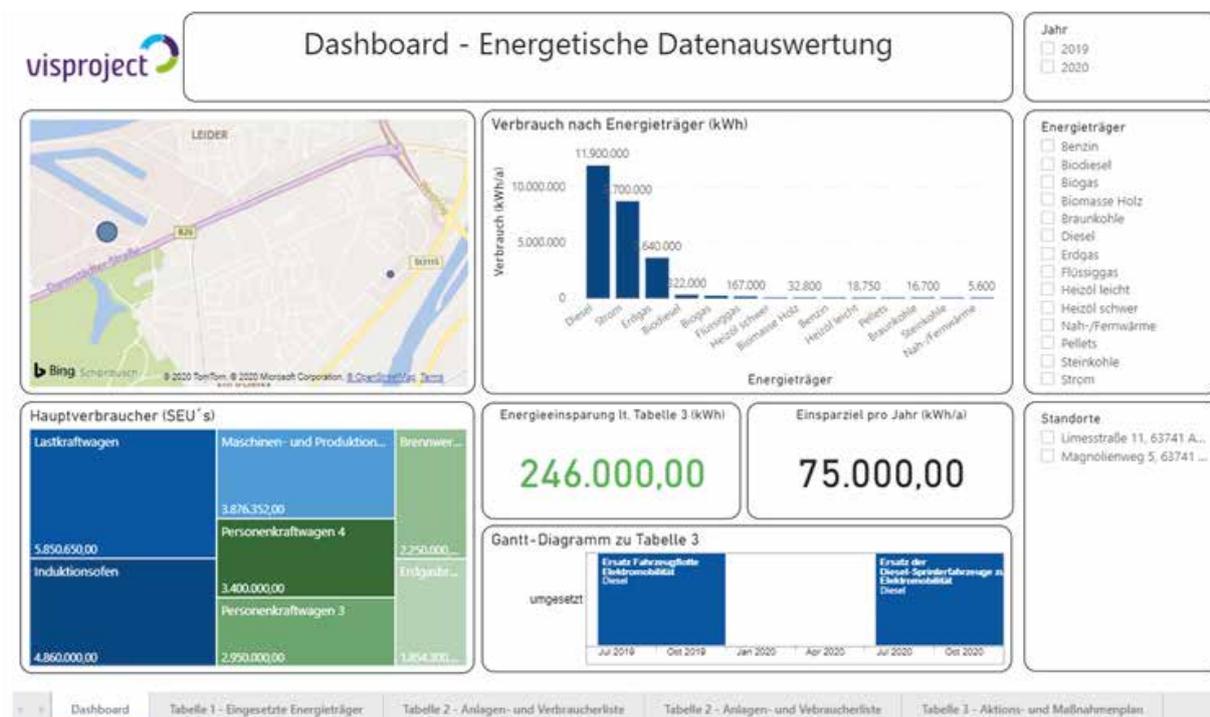
Wolfgang Kuhn
Stadtwerke Aschaffenburg
Werkstr. 2
63739 Aschaffenburg
06021 391-261
wolfgang.kuhn@stwab.de
www.stwab.de/fairtiq

visproject – Energie- und Umweltmanagement mit Business Intelligence

Der Nutzen von Managementsystemen ist vielfach bekannt und bewusst. Prozesse werden transparent, Maßnahmen zur Optimierung können abgeleitet werden. Die ISO 9001, 14001, 45001 und 50001 sind bewährte Instrumente zur Verbesserung von Kultur, Führung und Bewertung eines Unternehmens. Gleichwohl beklagen viele UnternehmerInnen vor allem den hohen zeitlichen Aufwand, der mit dem Erwerb der Zertifikate verbunden ist. Manche schreckt dies sogar ganz davon ab, sich zertifizieren zu lassen. Wichtig sind daher digitale Tools, um die gesetzlichen Anforderungen auf der einen Seite einzuhalten und Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten und auf der anderen Seite die relevanten Daten möglichst einfach zu erfassen und automatisiert auszuwerten.

Nehmen wir zum Beispiel den Bereich des Energie- und Umweltmanagements, das im Zuge der Klimaschutzpolitik natürlich für Unternehmen immer wichtiger wird: Der öffentliche Druck steigt und die Rahmenbedingungen werden strenger. Gleichzeitig explodieren die Energiepreise. Wichtige Gründe, das Energie- und Umweltmanagement in den Fokus der unternehmerischen Nachhaltigkeitsbestrebungen zu nehmen. Die ISO Normen dafür sind die 14001 und 50001. Wer solche Zertifikate hat, kann ein systema-

tisches Energie- und Umweltmanagement nachweisen, bei welchem unter anderem alle Energieflüsse erfasst und auf Energieeffizienz bewertet sind. Die Krux liegt hier oft nicht in der Erfassung der Daten (das kann mit geeigneter Messtechnik relativ schnell organisiert werden), sondern in der Zusammenführung in einem System. Nur so können die Daten sinnvoll interpretiert und gleichzeitig zur CO₂-Bilanzierung – gemäß den Scope-Klassen 1 und 2 – überführt werden.



Energie- und Umwelt-Dashboard

Intelligentes Auswerten der Daten

Das Tool visproject von der visalvis GmbH in Aschaffenburg unterstützt Unternehmen im Energie- und Umweltmanagement. Die Konformität mit der ISO 14001 und der 50001 wurde visproject, die als Software as a Service (SaaS) betrieben wird, bestätigt. So gelingt ein intelligentes Energie- und Umweltmonitoring nach ISO-Vorgaben. Mit Schnittstellen wird die Integration von Daten aus unterschiedlichen Systemen möglich. visproject bereitet die Daten auf und erstellt aussagekräftige Grafiken. So können unter anderem für verschiedene Standorte und Zeiträume Spitzenlasten und Energie- und Umweltverbräuche ausgewiesen werden. Ein Dashboard fasst die wichtigsten Kennzahlen zusammen.

Konkrete Handlungsempfehlungen

visalvis lässt die NutzerInnen der Software aber mit den Daten nicht alleine. Mit ihrer Beratungskompetenz werden die Ursachen der Energie- und Umweltverbräuche analysiert und Maßnahmen zur Verbesserung der Umwelt- und Energiebilanz abgeleitet.

visproject ist durch die BAFA förderfähig und auch mit den Normen ISO 9001 und 45001 konform. Die SaaS wird regelmäßig an die sich ändernden Normen durch die Internationale Organisation für Normung (ISO) angepasst und weiterentwickelt. ■

Ansprechpartner

Joachim Kraft
visalvis GmbH Energieeffizienz und
Energiemanagementberatung
Limesstraße 11
63741 Aschaffenburg
06021 43 91 63-0
Joachim.kraft@visalvis.de
www.visalvis.de

Networking via Clye

Clye hat das Ziel der passgenauen Kontaktvermittlung: Nur falls Interessen und Wünsche matchen, werden Kontakte zur persönlichen Interaktion vorgeschlagen. Das bedeutet keine Newsfeeds oder lange Textkonversationen, sondern echte menschliche Interaktionen, genau dann, wenn der User/die Userin Zeit hat und genau dort, wo er/sie gerade ist. Ob virtuell oder real soll langfristig keine Rolle spielen. Hierfür arbeitet im Hintergrund ein lernender Algorithmus, der sich ständig optimiert.

Networking auf Events, Messen und Veranstaltungen

TeilnehmerInnen haben den Mehrwert, dass sie nicht mehr potenziell interessante Personen per Zufall finden müssen: Clye schlägt innerhalb einer Community intelligent vor, mit wem man sich jetzt austauschen kann. Aktuell können bereits online Networking-Events auf Clye erfolgreich abgebildet werden. In naher Zukunft will Clye aber auch Connecting von Menschen auf realen Events und Messen verbessern. Das heißt, sowohl Events zum Austauschen aber auch Messen mit Ausstellern. Damit erhöht sich nicht nur das Engagement bei den Events, sondern es gibt auch verbesserte Möglichkeiten, neue BesucherInnen zu gewinnen und ehemalige weiterhin zu erreichen.

Stichwort Community Building

Während auf Slack/Discord ein Nachrichtenkanal eingerichtet werden kann, stehen bei Clye andere Vorteile im Vordergrund: Intelligentes Vernetzen von Mitgliedern. „Wir schlagen diese Community InteressentInnen vor, die direkt mit interessierten TeilnehmerInnen interagieren können. Mitglieder können z. B. in Kaffeepausen oder zu festen Zeiten miteinander sprechen und sich so persönlich kennenlernen oder in Kontakt bleiben. Die Community wird eine intelligente Anlaufstelle für InteressentInnen, die so direkt ins persönliche Gespräch kommen. Außerdem lässt sich all das auch nachverfolgen und analysieren und z. B. auf die eigene Homepage einbetten“, erläutert Celal Kengel das Konzept des neuartigen Systems.

Beratungsgespräche via Clye

Ähnlich wie bei Zoom können Beratungsgespräche über Clye laufen. Auf Clye sehen Nutzer/innen allerdings bereits bevor es ins Gespräch geht, was das Profil des Gesprächspartners interessant macht. Das Besondere an Clye ist jedoch, dass die Verbindung nach dem Call nicht abreißt, sondern der User/ die Userin immer wieder die Möglichkeit hat, diesen Kontakt zu erreichen. Somit wird die nachhaltige Kontaktaufnahme gewährleistet. Der Chat/Notizverlauf ist fortlaufend verfügbar und man kann dieser Person immer wieder „über den Weg“ laufen.

Essenziell ist jedoch die Modellierung der Arbeit. Sprich: Clye zeigt anhand von Statistiken und Visualisierungen, wie erfolgreich das Networking betrieben wird. Beziehungen können modelliert und visualisiert werden. Langfristig sichert man sich durch erfolgreiches Netzwerken neue Interessenten, da der Algorithmus von Clye gezielt mögliche Interessenten vorschlägt. Dies ist sowohl für einzelne Nutzer/innen als auch für Institutionen wie beispielsweise Gründerzentren von besonderem Interesse, da der Faktor Zufall nahezu komplett eliminiert wird: Es gibt eine direkte Verbindung, warum Clye zwei Personen miteinander persönlich vernetzen will.

Wie kann man dabei sein?

Die Registrierung unter www.clye.app ist einfach und kostenfrei. Im nächsten Schritt werden Profildaten eingetragen und es kann eine Community

angelegt werden und Zielpersonen über einen Link eingeladen werden. Dieser kann über bereits bestehende Accounts in Netzwerken wie LinkedIn, Xing oder per E-Mail versendet werden. Jetzt kann jeder der darauf aufmerksam wird, die Community-Mitglieder kennenlernen und sich dort persönlich austauschen. Sollten diese Grundfunktionen nicht ausreichen, gibt es zusätzliche kostenpflichtige Premium-Funktionen, die wahlweise hinzugebucht werden können. Die Basisfunktionen sind kostenfrei.

Demo-Termin anfragen

Wer Interesse an einer unverbindlichen Demo hat, kann unter vertrieb@clye.app einen Termin vereinbaren. ■

Ansprechpartner

Celal Kengel
Clye
Sudentenstraße 19
63846 Laufach
Celal.kengel@clye.app
www.clye.app

Über Clye

Clye ist ein junges Start-up aus der Region Würzburg/Mainfranken. Neben den zwei Gründern Celal Kengel und Simon Vetter sind 10 weitere Teammitglieder Teil des Projekts. Neben dem Kernteam unterstützen mehrere Werkstudenten und Mitarbeiter das Vorhaben im Bereich Softwareentwicklung, Testing, Design, Vertrieb und Rechtliches.

Clye besteht aus einer Web-Anwendung und einer Mobile-App. Die Web-App ist in der öffentlichen Beta vorhanden und wird bereits für Networking Events, Coffee Breaks, Beratungsgespräche und interne Meetings genutzt. Die Hauptfunktionen sind nutzbar, ständige Optimierungen und Anpassungen werden vorgenommen. Die Mobile-App ist für reale Treffen ausgerichtet und ist aktuell noch in der internen Testphase.

Digitalisierung und Modernisierung: Das JBG Miltenberg und Lehren aus der Pandemie

Die harten Fakten, die Basis sein könnten hinsichtlich des Stands der Digitalisierung, sprechen am JBG Miltenberg für sich: Alle derzeitigen Unterrichtsräume sind mit Beamer, interaktiver Tafel, Computer, Dokumentenkamera und einem qualitativ hochwertigen Switch, der ein leichtes Umschalten von einem Gerät auf das nächste ermöglicht, ausgestattet.



Geographie am JBG analog und digital: Der Lehrer im Distanzunterricht.

Überall ist „bring-your-own-device“ einfach möglich. Im ganzen Haus existiert ein leistungsfähiges WLAN. Da fehlt eigentlich nur der Glasfaseranschluss, der versprochen und projektiert ist: ein durch den Landkreis Miltenberg ausgestattetes Paradies der Digitalisierung. Zumal auch Tablets für Projekte zur Verfügung stehen, ausreichend Schülerleihgeräte vorhanden sind und die Dienstlaptops für die Lehrkräfte verlässlich angekündigt wurden. An den digitalen „basics“ hapert es also nicht, als kleine Randbemerkung: Die Grundausstattung wurde recht weit vor der Pandemie geplant und zu einem bedeutenden Teil auch etabliert.

Der reine Distanzunterricht basierte auf der vielgescholtenen, aber letztendlich im Laufe der Zeit besser laufenden Arbeitsplattform „Mebis“, einem Videotool namens „Big Blue Button“ als Medium des Fernunterrichts und für die flüssige Kommunikation einer Art „Schulcloudlösung“ des Info- bzw. Elternportals. Im Wechselunterricht kam das JBG

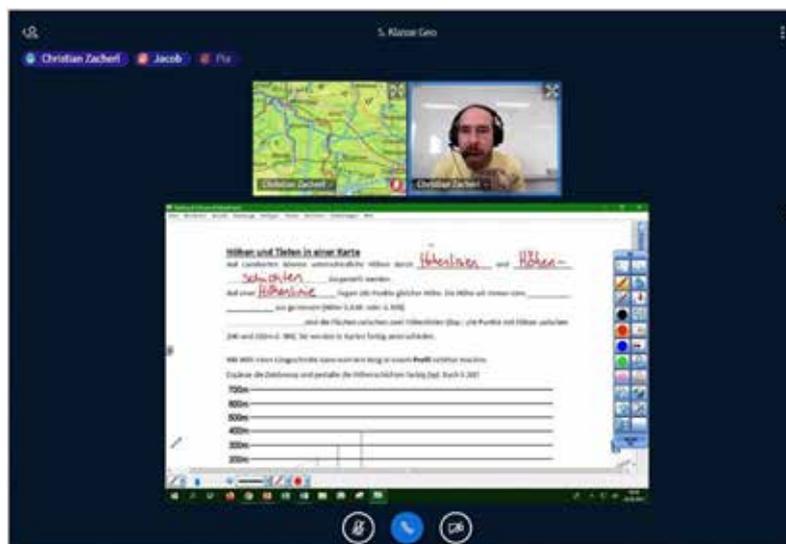
Miltenberg auf eine überdurchschnittliche, zufriedenstellende Streamingquote von 40 bis 60 %, je nach Sichtweise. Denn gerade in Pandemiezeiten erwies sich, dass das Prädikat „gelungene Digitalisierung“ keinesfalls eindeutig ist und außerordentlich stark von der Perspektive abhängt. Wenn manche ein Streamen nahezu jeder Unterrichtsminute für angemessen, modern und didaktisch gefordert halten, klagen andere schon nach einer Stunde vor dem Bildschirm über Überforderung, gesundheitliche Probleme und Stresssymptome. Und jede/r glaubt, für alle sprechen zu können.

Die Qualität und erst recht die reine Quantität der Ausstattung mit digitalen Endgeräten ist noch kein Nachweis erfolgreicher Digitalisierung. Es kann mit vielen Geräten viel Schaden und mit wenig Geräten viel Nutzen angerichtet werden oder auch umgekehrt. Die entscheidende Frage ist: Wie verändert das digitale Zeitalter den Kompetenzerwerb der SchülerInnen? Und damit verbunden: Welche Wege müssen die Lehrenden gehen? Die bloße Verteilung von Tablets erzeugt noch lange keine Medienkompetenz und sieht bestenfalls statistisch gut, digital und modern aus. Das ist aber kein Selbstzweck. Im schulischen Kontext stellt sich permanent die Frage nach der Lebensstauglichkeit. Das bedeutet diesbezüglich: Man braucht ein Nutzungskonzept, das mehr bietet als den Ersatz eines Schreibheftes, zumal – erneute kleine Randbemerkung – die wichtige Kulturtechnik des Handschreibens potenziell geopfert wird. Das Tablet kann mehr bieten als Papiereinsparung, wenn es in den richtigen Händen ist. Dann können virtuell ganze Frösche seziiert, Weltreisen unternommen und asiatische Schriftzeichen dekodiert werden: Selbstlernend, nachhaltig und höchst motivierend. Aber nur dann.

Es braucht neben der Streuung der Geräte ein begleitendes Mediennutzungskonzept, das auf Gefahren des Netzes hinweist, den natürlichen Spieltrieb einhegt und die Vergötzung elektronischer Medi-

ennutzungsgeräte relativiert: Ziel muss auch mit Tablets die möglichst individuelle Persönlichkeitsentwicklung bleiben. Der nun zu etablierende Medienführerschein könnte z. B. als Fahrerlaubnis für die Tabletnutzung in der Schule vorausgesetzt werden. Es sind Konsequenzen der missbräuchlichen Nutzung der Geräte zu formulieren und durchzusetzen. Den Wert elektronikfreier Beschäftigung gilt es klarzumachen: Wer möchte in der Unterrichtspause 720 geneigte Häupter stumm und zur Seite wischend sehen? Einsamkeit, Trostlosigkeit! Die Anonymität des Internets verlangt nach einem Sensorium und realistischere auch einen Sanktionskatalog, wie mit Gewalt, Pornographie und Ausgrenzung umzugehen ist. Letztgenannte Phänomene werden sich mit fortschreitender Digitalisierung verstärken und altersmäßig vorverlagern. Der Ruf nach Up- oder Downloadfiltern ist hierbei nur bedingt erfolgversprechend, da jede/r weiß, dass gerade Anbietende auf genannten Feldern sehr kreativ und schnell in der Umgehung dieser sind. „Die Lehrkraft soll aufpassen“ – ist ein ähnlich schmaler Reflex, eine 1:1-Kontrolle ist utopisch. Es ist also ein durchdachtes Mediennutzungskonzept nötig, das zwischen Sanktion und Vertrauen ein gehöriges Maß an Eigenverantwortung, vielleicht sogar einem ganz eigenen, persönlichen Ethos des homo digitalis verlangt.

Glasfaserleitungen müssen verlegt werden. Konzepte jenseits effekthascherischer kurzfristiger Ausstattungsmoden gehören entwickelt. SchülerInnen müssen zu kreativer Nutzung motiviert sein, Lehrkräfte ihren Unterricht anpassen. Methoden wollen gelernt und Ziele entsprechend angepasst werden. Und einen weiteren Punkt gilt es zu beachten: Es muss eine digitale Kluft verhindert werden, die nicht unbedingt entlang sozial-ökonomischer Bedürftigkeit verlaufen muss, aber durchaus kann: der Graben zwischen Habenden und Wollenden oder auch Könnenden und Inkompetenten. Schon allein der Ausschluss mancher, die ihre mobilen Daten verbraucht oder nie gehabt haben, ist gefährlich. Es braucht also auch ein Instrumentarium zur Nutzung des Schul-WLANs: Dauerhafte Offenheit für alle birgt oben genannte Gefahren. Das JBG Miltenberg arbeitet an einer „voucher-Lösung“, die für jeden Unterricht einen beschränkten WLAN-Zugang bietet, das pausenfüllende „Daddeln“ aber verhindert.



Geographie am JBG analog und digital: Distanzunterricht aus Schülerperspektive.

Alle Aspekte bedeuten im Grunde, dass Digitalisierung auch und insbesondere als Lehre aus der Pandemiezeit kein Selbstzweck um des modischen Effekts willen sein darf. Digitales Werkzeug ist schön und gut, im Mittelpunkt bleibt der Mensch. Und dann lieber ein scheinbar tolles Gerät weniger, aber dafür echte Bereicherung durch das digitale Instrumentarium, das wirklich Nutzen bringt hinsichtlich der Persönlichkeitsentwicklung. Wenn Modernität eine kulturelle und technologische Zeitgemäßheit, im Sinne einer positiven Fortschrittlichkeit umfasst, dann gehört mehr dazu als neueste Ausstattung: nämlich eine reflektierte, menschengerechte, aufgeklärte Nutzung eben solcher. ■

Ansprechpartner

OStD Ansgar Stich
 Johannes-Butzbach-Gymnasium Miltenberg
 Martin-Vierengel-Str. 4
 63897 Miltenberg
 09371 9497-0
 a.stich@jbg-miltenberg.de
 www.jbg-miltenberg.de

So macht Digitalisierung die Mobilität intelligent

Vor der Pandemie war „Digitalisierung“ nur ein häufig verwendetes Buzzword – meist jedoch ohne (zumindest in Gänze) zu verstehen, was hinter dem Begriff steckt. So ist „Digitalisierung“ nicht nur ein Synonym für technischen Fortschritt. Vielmehr beschreibt „Digitalisierung“ ein längst begonnenes Informationszeitalter, das auf der gezielten Nutzung von Daten basiert.

Spätestens die pandemiebedingte radikale Umstellung vieler branchenübergreifender Prozesse hat sowohl kleinen als auch großen Unternehmen gezeigt, dass es nicht nur möglich ist, in virtuellen Projektteams zu arbeiten, Online-Kollaboration erfolgreich zu gestalten und die Kommunikation gänzlich auf mobile Endgeräte zu verlagern, sondern diese Notwendigkeiten als Vorteile genutzt werden können, um neue Geschäftsfelder entstehen zu lassen.

Die Deutsche Bahn AG hat die Notwendigkeit, digitale Innovationen zu fördern und aktiv zu treiben, bereits lange vor der Pandemie erkannt und u.a. die konzerninterne Ideenschmiede für digitale Lösungen DB Intrapreneurs, das Startup-Programm DB mindbox oder die internationale Beteiligungsgesellschaft DB Ventures ins Leben gerufen.

Dazu hat die Deutsche Bahn AG Digitalisierungsthemen fest in der Konzernstrategie verankert, um den Bahnbetrieb, die Instandhaltung und das Kundenerlebnis zu digitalisieren. Beispielsweise soll der Bahnbetrieb durch technologische Innovationen und intelligentes Verkehrsmanagement digitalisiert werden, um den Automatisierungsgrad der Fahrzeuge zu erhöhen.

Mit der Digitalisierung im Bereich Instandhaltung soll die Verfügbarkeit der Fahrzeuge deutlich erhöht

werden. Dabei sollen sowohl Software-, als auch Hardware-Lösungen zur vorausschauenden Instandhaltung beitragen. Das Kundenerlebnis der Deutschen Bahn soll mit Hilfe von smarten Services und durch den Einsatz umweltfreundlicher und energieeffizienter Technologien zu einer nahtlosen Tür-zu-Tür-Mobilität entwickelt werden.

Als Vorreiter im Mobilitätssektor ist es nicht ausreichend, auf bestehende Technologien zu setzen – vielmehr ist es notwendig, sich stets weiterzuentwickeln und neuen Technologien Platz einzuräumen. So führt die Deutsche Bahn diverse Pilotprojekte aus den Bereichen digitaler Zwilling, künstliche Intelligenz, alternative Antriebe, Robotik und innovative Betriebsstoffe durch, um ihre Technologie- und Digital-Roadmaps weiterzuentwickeln und erfolgreich umzusetzen. ■

Ansprechpartner

Christoph Tippmann
Programm Manager Innovation Projects
Deutsche Bahn AG
<https://www.linkedin.com/in/christophtippmann/>

Alcon

Ganz klar sehen. Meine berufliche Zukunft.

Die CIBA VISION GmbH als Teil des Alcon Konzerns ist ein führender Anbieter für Kontaktlinsen und Kontaktlinsenpflegemittel mit Sitz in Großwallstadt bei Aschaffenburg. Das Unternehmen produziert mit innovativen Hightech-Anlagen jährlich mehrere hundert Millionen Ein-Tages-Kontaktlinsen der DAILIES™ und PRECISION1™ Familie sowie TOTAL30® und die farbigen Ein-Tages-Kontaktlinsen FreshLook™ ONE-DAY.

Unsere aktuellen Stellenangebote finden Sie auf unserer Homepage www.de.alcon.com



Lebensmittelbelehrung ab sofort auch online – flexibel, bequem und unkompliziert

Alle, die in der Gastronomie oder im Lebensmittelverarbeitenden Gewerbe tätig sind, benötigen eine Belehrung nach dem Infektionsschutzgesetz. Bisher konnten diese Personen mehrmals in der Woche nach Anmeldung ins Gesundheitsamt kommen und unkompliziert an der Belehrung teilnehmen. Aufgrund der Coronavirus-Pandemie mussten in den letzten Monaten jedoch viele Belehrungen ausfallen. Deshalb werden diese durch das Gesundheitsamt Aschaffenburg ab sofort auch online angeboten.

Termine werden wochentags von 8.00 bis 20.30 Uhr und samstags von 9.00 bis 15.30 Uhr mit vorheriger Vereinbarung angeboten. An den Belehrungen können die Interessenten von zu Hause aus teilnehmen. Außerdem wird hier aufgrund des breiten zeitlichen Angebots auch eine zusätzliche Flexibilität geboten.

Landrat Dr. Alexander Legler freut sich über das neue digitale Angebot: „An den Lebensmittelbelehrungen können unsere interessierten Mitbürgerinnen und Mitbürger nun auch zeitlich flexibel und bequem von zu Hause aus teilnehmen. Mit diesem beispielgebenden Online-Dienst, der bisher sehr gut angenommen wurde, baut der Landkreis Aschaffenburg sein digitales Angebot weiter aus.“

Für die Teilnahme wird eine Gebühr in Höhe von 28 Euro erhoben. Die Zahlung ist bargeldlos möglich. Danach erhalten die Teilnehmenden einen Anmelde-link per E-Mail. Teilnahmevoraussetzungen sind ein PC, Notebook oder Tablet mit einer stabilen Internet-Verbindung sowie ein Smartphone und ein gültiges

Ausweisdokument. Vor der Durchführung der Online-Belehrung erfolgt eine Videoidentifikation. Nach einer kurzen Einführung wird ein Merkblatt zur Verfügung gestellt. Im Anschluss an einen Informationsfilm erfolgt ein Wissenstest. Nachdem die Belehrung erfolgreich absolviert wurde, steht die Bescheinigung zum Download zur Verfügung. ■

Ansprechpartner

Peter Kostka
Gesundheitsamt Aschaffenburg
Merlostraße 1-3
63741 Aschaffenburg
06021 394-160
Gesundheitsamt@lra-ab.bayern.de
www.ab.gotzg.de

Persönliche Kundenberatung – auch in Zeiten von Corona möglich?

Die Corona-Pandemie stellte für die Sparkasse Aschaffenburg-Alzenau eine große Herausforderung dar. Bereits ab Februar 2020 wurde der Krisenstab regelmäßig einberufen, um die Sicherheit der Beschäftigten sowie der Kundinnen und Kunden zu gewährleisten. Die Folgen waren zum Beispiel reduzierte Anwesenheiten der Mitarbeiter, Maskenpflicht in allen Bereichen und Schließungen von Filialen bei Corona-Verdachtsfällen. Daraus ergab sich die Frage: Wie kann weiterhin eine persönliche Kundenberatung gewährleistet werden, ohne Kunden oder Mitarbeiter zu gefährden?



Priorität war es, weiter für die Kunden da zu sein und zwar so, wie sie es von der Sparkasse Aschaffenburg-Alzenau gewohnt sind: Fair, Menschlich, Nah.

„Unter diesem Gedanken war uns sehr schnell klar, dass hier Handlungsbedarf besteht. Um unseren Kunden weiterhin eine qualitativ hochwertige Beratung von ihrem persönlichen Kundenberater bieten zu können, suchten wir nach digitalen Lösungen. Hierbei standen die Datensicherheit und der Datenschutz für uns an erster Stelle. Die Anwendung Skype for Business unseres IT-Dienstleisters Finanz Informatik erfüllt alle Anforderungen. Das Programm läuft auf Servern der Finanz Informatik, welche ausschließlich Rechenzentren in Deutschland betreiben und somit alle einschlägigen deutschen Sicherheits- und Datenschutzvorschriften erfüllen“, betont Jacqueline Sehn, Digitalisierungskoordinatorin.

Innerhalb von wenigen Wochen wurde allen Beschäftigten die Technik zur Verfügung gestellt. Gleichzeitig wurde ein Schulungskonzept für die Mitarbeiter erarbeitet und umgesetzt. Von der Nutzung der Technik, über den Datenschutz und die einzelnen Fachbereiche der Kundenberatung wurde alles berücksichtigt. Die Schulungen übernahmen jeweils die Fachspezialisten aus der Sparkasse. Natürlich fanden die Schulungen digital statt. Großer Vorteil: Bereits im Jahr 2018 startete die Medi@le Filiale, welche zahlreiche Erfahrungen in der digitalen Beratung sammeln konnte. Auch diese konnten in den Webinaren an die Kollegen weitergegeben werden.

Um die Beratung für die Kunden erlebbar zu machen und um die hohe Beratungsqualität beizubehalten, wurden und werden die Konzepte und Ideen für die Digitale Beratung stets weiterentwickelt. Damit schnell auf die verschiedensten Kundenanliegen reagiert werden konnte, wurden bestehende Prozesse überprüft und digitaler gestaltet. Digitale Signaturen, Einbindungen von Videolegitimationen und Freischaltungen über das Online-Banking vereinfachen den Kunden und Mitarbeitern die Bearbeitung von Kundenwünschen. Auch hier steht natürlich weiterhin die Sicherheit und der Schutz der Kundendaten im Vordergrund.

Die Digitale Beratung ermöglicht den Kunden ihre Bankgeschäfte weiterhin mit ihrem bekannten Finanzpartner zu besprechen, ohne in der aktuellen Situation ein Infektionsrisiko einzugehen. Aber auch in Zukunft wird diese Form der Beratung eine große Bedeutung in der Kundenbeziehung einnehmen. Für viele Kunden ist es zur Gewohnheit geworden, Besprechungen auf der Arbeit virtuell wahrzunehmen. Warum also nicht auch den Sparkassentermin? Zusätzlich können die Kunden den Beratungstermin bequem in den Alltag mit einbinden, da er von überall wahrgenommen werden kann. Voraussetzung ist ein Gerät mit einem Internetzugang, ein Telefon und eine diskrete Umgebung. Zusätzlich können Experten (z. B. für Versicherungen oder Wertpapiere) unkompliziert mit in das Gespräch aufgenommen werden und so alle Kundenwünsche einfach, schnell und digital besprochen werden. Auch das Thema Mobiles Arbeiten gewinnt dadurch an neuer Bedeutung für die Mitarbeiter der Sparkasse.

„Das Thema Digitalisierung steht nicht still. Und so auch nicht die Digitale Beratung bei uns im Haus. Wir werden sie stetig weiterentwickeln, an die aktuellen Wünsche unserer Kunden anpassen und wie gewohnt für unsere Kunden da sein: Fair. Menschlich. Nah.“, sagt Jacqueline Sehn. ■

Ansprechpartnerin

Jennifer Jungwirth
Sparkasse Aschaffenburg-Alzenau
Friedrichstr. 7
63739 Aschaffenburg
06021 397-1547
jennifer.jungwirth@spk-aschaffenburg.de
www.spk-aschaffenburg.de

Z! DAS ZUKUNFTSMAGAZIN IM INTERVIEW MIT DEM START-UP GREEN MNKY



Die Gründer von Green MNKY: Ziya Orhan, Oliver Klingenbrunn und Björn Salg

Mit Green MNKY beheimatet der Bayerische Untermain ein Start-up, das durch die VOX Gründersendung „Die Höhle der Löwen“ weit über die Grenzen der Region bekannt geworden ist. Im Gespräch mit Z! Das Zukunftsmagazin haben die Gründer Ziya Orhan, Oliver Klingenbrunn und Björn Salg erklärt, was nach ihrem TV-Auftritt aus der Firma geworden ist, was das Besondere an ihrem Geschäftsmodell ist und warum Green MNKY so erfolgreich ist.

Z! Green MNKY gibt es seit gut zwei Jahren. Was genau bieten Sie Ihren Kunden an?

Wir lösen verschiedene Probleme und Herausforderungen im Zubehörhandel, mit denen die Elektronikindustrie konfrontiert wird, da diese Branche von einer hohen Hersteller- und Modellvielfalt und kurzen Produktlebenszyklen geprägt ist. Große Elektronikmärkte aber auch kleinere Läden müssen üblicherweise für unzählige verschiedene Modelle von Smartphones, Tablets und Co. modellspezifische, vorkonfektionierte Displayschutzgläser bevorzugen. Diese sind aufwändig verpackt, nehmen viel Platz im Regal weg, binden Kapital und erhöhen das Lagerisiko, da bei auslaufenden oder wenig nachgefragten Modellen die Händler vielfach auf ihrem Warenbestand sitzen bleiben und diesen irgendwann entsorgen müssen.

Z! Und was macht Green MNKY, um das Problem des Händlers zu lösen?

Wir statten den Fachhandel mit universellen Folienrohlingen sowie mit elektronischen Hochpräzisionscuttern, unserem APE ONE, aus. Über das Display des Cutters – Maschinen kaum größer als ein handelsübliches Laminiergerät – kann der Verkäufer das gewünschte Modell auswählen und der Cutter schneidet aus dem Green MNKY Folienrohling genau die passende Schutzfolie für das entsprechende Modell heraus. So kann ein und derselbe Folienrohling für viele verschiedene Arten von Devices verwendet werden, von Smartphones, über Tablets bis hin zu Kameras, Spielkonsolen und vielem mehr. Mit unserer Lösung ist es daher auch unerheblich, welches Modell von Apple, Samsung, Huawei etc. gerade einen Hype erlebt und welche eher Ladenhüter sind. Die Maße und Spezifikationen von über ►

10.000 Modellen sind in einer Datenbank gespeichert, aus der „on demand“ und jederzeit, wenn der Kunde im Laden danach fragt, vom Händler der passende Zuschnitt abgerufen werden kann. Die Cutter stellen wir übrigens den Händlern kostenlos zur Verfügung. Die Software und die Datenbank für die Cutter werden stetig aktualisiert. So lassen wir von einem Dienstleister unter anderem die Schnittmuster der neuesten Modelle einspielen. Das läuft im Hintergrund und der Verkäufer merkt das gar nicht. Darüber hinaus werden unsere Händlerkunden durch uns noch mit einem innovativen Online- und Offlinemarketingpaket, sowie verschiedenen smarten Supportleistungen unterstützt, damit sie sich auf ihr Kerngeschäft, das Beraten und Verkaufen, konzentrieren können und jederzeit einen funktionsfähigen Cutter und einen ausreichenden Bestand an Green MNKY Folienrohlingen parat haben.



Der Hochpräzisionscutter APE ONE wird den Läden kostenfrei zur Verfügung gestellt.

Z! Gibt es auch Vorteile für den Endkunden?

Ja, viele: Unsere Folienrohlinge sind universell und für jedes Modell verwendbar und damit ist die passende Schutzfolie immer und für jedes Modell verfügbar. Ausverkauft bzw. nicht verfügbar gibt es quasi nicht. In der Regel bringt die mit dem Cutter ausgeschnittene Schutzfolie der Verkäufer im Laden als Service für die Kunden an. Probleme wie Blasen oder Staubpartikel auf dem Display gibt es dabei nicht, da die Anbringung nicht nur kinderleicht ist, sondern auch, weil durch die spezielle Technik die letzten Unreinheiten beim Aufbringen durch einen Schiebeeffekt beseitigt werden. Weiterhin sind unsere Folien haltbarer als die herkömmlichen Displayschutzgläser, die man beim Wettbewerb erwirbt, da unsere Green MNKY Displayschutzfolien nicht brechen, sondern dünn und flexibel sind, aber dabei die Stöße und mechanischen Belastungen dennoch besser abfangen als herkömmliche Displayschutzgläser. Natürlich betreiben wir nicht nur das B2B-Geschäft, sondern beliefern auch B2C-Kunden, die über unseren Onlineshop Bestellungen tätigen können.

Z! Green MNKY wirbt damit, besonders nachhaltig zu sein. Was kann man sich darunter vorstellen?

Wir liefern die Schutzfolien üblicherweise im 50er-Pack an die Läden, ohne viel unnötige Verpackung. Damit sparen wir enorm – rund 90 % – an Verpackungsmaterial (insbesondere Kunststoff) ein im Vergleich zu den herkömmlichen Displayschutzgläsern im Handel, die üppig gepolstert und viel Umverpackung haben. Der Effekt zieht sich dann weiter: In der Transportkette benötigt unser Päckchen weitaus weniger Platz als die vielen Einzelverpackungen der Mitbewerber. Außerdem handelt es sich bei unseren Folienrohlingen um Universalfolien, aus denen sich für Tausende Modelle im Laden die passende Schutzfolie herstellen lässt. Darüber hinaus entsorgt der Fachhandel jährlich Unmengen an modellspezifischen und vorkonfektionierten Displayschutzgläsern, da sie nicht verkauft wurden und die alten Modelle nicht mehr so gefragt sind. Das passiert mit unseren Green MNKY Universalfolien nicht! Res-

sourcenschonung bedeutet für uns auch, dass keine Ware produziert und transportiert wird, die später im Müll landet. Mit diesen ganzen Vorteilen machen wir den stationären Telekommunikationsfachhandel „grüner“ und das wird auch von den Kunden honoriert.

Z! Sie sind Ende 2019 zunächst mit einem einzigen Produkt – der Premium 44 Displayschutzfolie – gestartet. Wie hat sich das Produktsortiment seither entwickelt?

Wir haben das Ohr immer ganz nah beim Kunden. Im direkten Kontakt mit den Kunden in unserem eigenen Laden in Aschaffenburg aber auch über unsere Partner in den Elektronikfachmärkten und Läden und in Kontakt mit unseren Großhandels- und Distributionskunden bekommen wir qualifizierte Feedbacks und viele Anregungen. So ist zum Beispiel die Privacy Protect Folie entstanden. Wer diese angebracht hat, ist geschützt vor neugierigen Blicken fremder Personen in das eigene Handy. Ein weiterer Kundenwunsch war, dass die Folie antibakteriell wirkt. Studien zufolge sind auf Handydisplays bis zu 10 Mal mehr Keimarten zu finden als auf Toiletten.



Mit der „Eye Care“-Variante reduzieren wir zudem das schädliche blaue Licht, das für Schlafstörungen verantwortlich gemacht wird. Zum Ende des Jahres bringen wir eine Weltneuheit auf den Markt, nämlich eine hybride Folie, die zunächst flexibel ist, aber mit UV-Licht ausgehärtet werden kann.

Z! Sie versprechen also Eigenschaften wie „antibakteriell“ und „augenfreundlich“. Wie stellen Sie sicher, dass die Folien diese Funktionen auch wirklich erfüllen?

Die Folien, die nach unseren Anforderungen in Südkorea von einem namhaften Hersteller entwickelt und produziert werden, lassen wir von einem unabhängigen Schweizer Labor testen. Werden Bakterien wirkungsvoll abgetötet? Wie viel Blaulicht wird gefiltert? Und wie lange kann man auf diesen Schutz vertrauen. Nutzt dieser sich ab? Die Labor-Ergebnisse, auch die Langzeitstudien, sind für alle Folienarten durchweg positiv. Das ist wichtig, denn wir möchten nichts anpreisen, was wir bzw. unsere Folien nicht halten können. Für uns die wichtigsten Tester sind aber unsere vielen Tausend Kunden, die allesamt zufrieden und begeistert von unseren Green MNKY Folien sind!

Z! Neben den unscheinbaren Panzerfolien geht es bei Ihnen auch recht bunt zu. Welche Funktion haben diese Designfolien?

In der Tat spielen auffällige Designfolien, wir nennen diese „Style Skins“, eine zunehmend große Rolle bei Green MNKY. Sie werden auf der Rückseite angebracht und schmiegen sich wie eine zweite Haut um das Endgerät und erfüllen mehrere Zwecke: Zum einen werden Smartphones, Tablets und Co. mit einem unverwechselbaren Look individualisiert. Gleichzeitig werden die Geräte vor Kratzern und Abnutzung geschützt. Bei den Motiven gibt es eine große Vielfalt: Sternzeichen, Blumenornamente, Safari-Look, grafische Muster, Leder- oder Carbonoptik, künstlerische Werke – da ist für jeden und in allen Altersklassen was dabei, da wir mittlerweile über 250 verschiedene Motive zur Auswahl haben.

Z! Kann man als Unternehmen auch individuelle Designs an Schutzfolien erstellen lassen?

Selbstverständlich, wir fertigen sogar Kleinserien direkt in unserer Manufaktur in Aschaffenburg. Wenn ein Unternehmen seine Firmenhandys und Tablets „labeln“ möchte, produzieren wir nach Absprache gerne die entsprechende Menge an benötigten Style Skins. Wir digitalisieren dabei auch das gewünschte Design, d.h. unsere Firmenkunden stellen uns das gewünschte Logo zur Verfügung und teilen uns mit, was sie sich vorstellen. Den Rest machen

wir. Die Style Skins bieten eine ideale Werbefläche für firmenspezifische Botschaften: vom Employer Branding bis hin zur Absatzförderung. Da viele Unternehmen aktuell verstärkt mit den Herausforderungen der globalen Lieferketten zu kämpfen haben, schätzen sie es, dass sie mit uns einen Partner haben, der zuverlässig und schnell lieferfähig ist, auch für das anstehende Weihnachtsgeschäft.

Z! 2020 haben Sie bei der Sendung „Die Höhle der Löwen“ präsentiert und überzeugt. Wie haben Sie davon profitieren können?

Nils Glagau und Carsten Maschmeyer zeigten sofort Interesse an unserem Geschäftsmodell. Und das war kein Strohfeuer. Neben der zugesagten Kapitaleinbringung (wir haben uns seinerzeit auf 24 % des Unternehmens zu 400.000 Euro geeinigt) bringen sie sich seither intensiv mit wichtigen Kontakten in unser Business ein und stehen uns mit ihren Experten und Investmentmanagern mit Rat und Tat zur Seite. So konnten wir in verschiedene Lizenznehmer-Modelle einsteigen, z. B. gibt es für HSV- und Bayern-Fans Style Skins, damit man über das Smartphone die Identifikation mit dem Lieblingsverein demonstrieren kann. Die Folien kann der Fan über unseren Onlineshop bestellen oder bei verschiedenen Flagship Stores kaufen und anbringen lassen. Auch die Kooperation mit dem ehemaligen Fußballnationalspieler Toni Kroos kam über unsere Investoren zustande. Unsere Investoren öffnen uns viele Türen, die ansonsten für uns verschlossen geblieben wären. Das alles half uns auch, innerhalb der letzten zwei Jahre von unseren anfänglich ca. 150 Standorten auf heute knapp 2.000 Standorte zu wachsen. Heute sind wir auf etwa 250 qm Fläche mit 16 Mitarbeitern tätig und müssten uns flächenmäßig eigentlich erneut vergrößern.

Z! Smartphones, Tablets und Co. sind Endgeräte, die einen Absatzrekord nach dem anderen feiern. Jedes Jahr werden weltweit Milliarden von Geräten verkauft. Agiert Green MNKY nur in Deutschland?

Als junges Start-up haben wir uns tatsächlich zunächst auf das Inland konzentriert. Auch hier ist der Markt riesig. Es gibt hierzulande etwa 60 Millionen Smartphone-Nutzer, die im Schnitt das Gerät nur 18-24 Monate nutzen, bevor es ausgetauscht wird. Die meisten Nutzer hatten schon einmal einen Displayschaden, wissen also um die Bedeutung eines adäquaten Schutzes. Der Markt hierzulande ist sehr attraktiv mit um die 25.000 bis 30.000 Mobilfunkshops und Elektronikläden, die wir als potenzielle Kunden sehen. Doch natürlich wollen wir auch in den Wachstumsmärkten im Ausland einen Fuß in die Tür bekommen. Wir haben unsere Cutter und

Folien bereits erfolgreich in der Schweiz, in Österreich, Spanien, Griechenland, in den Niederlanden, Belgien und in UK platziert. Insgesamt haben wir bereits rund 2.000 Standorte, bei denen unsere Cutter in Elektronikmärkten, Telekommunikationsshops, Fanshops und anderen hochfrequentierten Ladengeschäften im Einsatz sind. Vielleicht wären wir hier ohne Corona und die zwischenzeitlichen Lockdowns schon ein paar Schritte weiter: Messen, auf denen wir uns gerne präsentiert hätten, fielen zunächst aus, unseren Außendienst konnten wir nur bedingt zum Kunden schicken. Doch für 2022 sind wir optimistisch, dass wir die Internationalisierung noch viel weiter vorantreiben können, zumal wir aktuell bereits in sehr interessanten Gesprächen diesbezüglich stehen.

Z! Digitalisierung spielt bei erfolgreichen Geschäftsmodellen eine entscheidende Rolle. Wie sieht das bei Green MNKY aus?

Vom Auftragsingang und dessen Bearbeitung, der Rechnungsstellung, dem Lieferbeleg bis hin zur Zahlung und Buchhaltung ist bei uns alles so weit wie möglich digitalisiert. Wir sehen die Digitalisierung als Chance und nicht so sehr als Herausforderung. Alle Artikel sind mit Barcodes versehen und über unser Warenwirtschaftssystem werden die Bestände gesteuert und Bestellungen bei unserem Lieferanten generiert. Die Cutter in den Märkten und Läden sind per WLAN-Schnittstelle mit unserem Server verbunden und wir können uns bei Fragen oder Problemen aufschalten und haben die Cutter auch jederzeit im Blick. Der Versand der Ware kann mit Trackingnummer verfolgt werden. Wir haben von Beginn an auf einen hohen Automatisierungs- und Digitalisierungsgrad gesetzt. Einige Prozesse müssen aber natürlich manuell gemacht werden: Bei Onlinebestellungen in unserem Shop ist das Einlegen der Folien in den Cutter händisch zu erledigen, genauso wie die Auswahl des passenden Zuschnitts. Auch der anschließende physische Versand der Ware per Post lässt sich natürlich nicht vermeiden.

Z! Sie sind mit Ihrer Erfolgsgeschichte Vorbild für andere innovative Gründer. Was möchten Sie denen als Tipp mit auf den Weg geben?

Wichtig ist die zügige Produkteinführung, denn es gibt meistens auch andere, die die gleiche oder ähnliche Idee verfolgen. So kann man auch ein funktionsfähiges, nicht in jeder Hinsicht perfektes Produkt schon mal in einem Testmarkt platzieren und es zusammen mit den Nutzern weiterentwickeln und man hat schon mal einen Fuß in der Tür. Und hier

der zweite Tipp: Immer aus Kundensicht denken, ein Problem lösen, das der Kunde hat, und das Feedback dabei ernst nehmen. Es klingt abgedroschen, ist aber wirklich so: Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler! Zudem sollte das Gründerteam aus unserer Sicht mit vielfältigen, komplementären Kompetenzen ausgestattet sein: Visionär, Vertriebler, Zahlenmensch und in der heutigen Zeit, in der jedes Geschäftsmodell auch digitalisiert sein muss, braucht es auch einen guten IT-ler, der mit den jeweiligen Fachbereichen die Prozesse analysieren und sauber programmieren und digitalisieren kann. Da muss ein Gründer auch ehrlich zu sich selbst sein und eigene Defizite kennen und versuchen, diese auszugleichen.

Z! Innovative Start-ups wie das Ihre findet man eher in Berlin. Käme für Sie ein Umzug in Frage?

Nein, hier finden wir alles vor, was wir für die Expansion benötigen. Mit der ZENTEC, dem Digitalen Gründerzentrum, der Technischen Hochschule, den beiden Wirtschaftskammern (IHK/HWK) etc. gibt es reichlich engagierte und kompetente Anlaufstellen für Gründerinnen und Gründer und Unternehmen. Die Infrastruktur ist super, wir sitzen zentral in Deutschland und Europa und in der Region gibt es ein wirtschaftsfreundliches Klima. Hier ist unsere Heimat, uns gefällt es hier. Wieso sollten wir hier weg?!

Herzlichen Dank für das äußerst interessante Gespräch. Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg.

Das Interview führte Katja Leimeister, approdos consulting.

Ansprechpartner

Ziya Orhan
Green MNKY GmbH
Schweinheimer Straße 30
63743 Aschaffenburg
06021 43 76 84 - 0
info@greenmnky.de
www.greenmnky.de



NEUIGKEITEN AUS DER REGION

Heraeus Noblelight erhält den Innovationspreis der deutschen Mobilitätswirtschaft

Am 15. November 2021 verlieh der Förderkreis der Deutschen Verkehrswissenschaftlichen Gesellschaft (DVWG) e.V. den „Innovationspreis der deutschen Mobilitätswirtschaft“ in der Kategorie „Corona-Sonderpreis“ an Heraeus Noblelight. In einer feierlichen Preisverleihung in der Frankfurter Paulskirche würdigte man damit die besonderen Leistungen im Mobilitätssektor während der Corona-Pandemie.

Im Rahmen des Deutschen Mobilitätskongresses am 16. und 17. November im Kap Europa in Frankfurt zeigt Heraeus Noblelight in einer begleitenden Ausstellung den Soluva UV-Luftreiniger. Christian Rüth, Vertriebsleiter Soluva bei Heraeus Noblelight, ist stolz auf den Preis: „Wir sind überzeugt, dass eine ergänzende Luftreinigung mit UV-Licht für Fahrgäste und Personal im Nah- und Fernverkehr mehr Sicherheit bietet. Wir fühlen uns durch den Preis sehr geehrt!“

UV-Desinfektion reinigt sicher und ist zukunftsfähig. Corona-Viren und andere gefährliche Keime verbreiten sich über Aerosole in der Luft. Spätestens seit der Corona-Pandemie machen sich Reisende und Pendler Sorgen, ob man sich mit vielen Menschen auf relativ engem Raum eine Erkältung, die Grippe oder gar Corona einfangen könnte. Ein sehr effizienter Schutz für Fahrgäste und Personal ist hier zusätzliche Luftreinigung, die Desinfektion mit UV-Licht. Geräte mit UV-Desinfektion sind nachweisbar geeignet, mehr als 99 % der Viren in der Luft zu zerstören. Die UV-Desinfektion wirkt über eine Inaktivierung der Erbinformation, das funktioniert

bei den ursprünglichen Viren ebenso wie bei neu auftauchenden Mutationen. UV-Desinfektion zerstört ebenso Grippeviren, Erkältungsviren und andere gefährliche Keime. Durch die spezielle Wirkweise der UV-Desinfektion können diese Viren auch keine Resistenzen entwickeln. ■

Titelbild: Christian Rüth und Amanda Rath von Heraeus Noblelight nahmen den Preis stellvertretend entgegen.

Ansprechpartnerin

Dr. Marie-Luise Bopp
Heraeus Noblelight GmbH
Reinhard-Heraeus-Ring 7
63801 Kleinostheim
06181 35-8547
marie-luise.bopp@heraeus.com
www.heraeus.com

WBGU tagt am Fraunhofer IWKS in Alzenau

Lösungen für die globale Nachhaltigkeit. Das ist das übergeordnete Ziel des Wissenschaftlichen Beirats der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU), der vom 16. bis 17. September 2021 in Alzenau tagte. Gastgeberin war Prof. Dr. Anke Weidenkaff, Leiterin der Fraunhofer-Einrichtung für Wertstoffkreisläufe und Ressourcenstrategie IWKS mit Sitz in Alzenau und Hanau.



Die Beirätinnen und Beiräte sowie wissenschaftliche Referentinnen und Referenten und Mitarbeitende des WBGU zu Besuch am Fraunhofer IWKS in Alzenau.

Prof. Dr. Anke Weidenkaff wurde im November 2020 in den Beirat berufen, der aus insgesamt neun Mitgliedern besteht und die Bundesregierung unabhängig zu Fragen der Nachhaltigkeit berät. »Ich bin stolz, ein so hochkarätiges Gremium bei uns am Fraunhofer IWKS begrüßen zu dürfen. Wie wir in Zukunft nachhaltig leben werden, ist die zentrale Zukunftsfrage, der wir mit unserer Forschung Rechnung tragen. Der WBGU bringt Expertinnen und Experten aus verschiedenen Disziplinen zusammen, um ganzheitliche Einschätzungen und Handlungsempfehlungen für die Bundesregierung als Akteurin der internationalen Nachhaltigkeitspolitik zu erarbeiten. Der globale Ansatz ist hier ein wichtiger Punkt, denn Klimaschutz darf nicht an Landesgrenzen enden«, so Prof. Weidenkaff.

Der Wissenschaftliche Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU) wurde 1992 als unabhängiges wissenschaftliches Beratergremium eingerichtet. Die Mitglieder mit interdisziplinärem Hintergrund haben die Aufgabe, die Bundesregierung in der Analyse und Bewertung von globalen Umwelt- und Entwicklungsproblemen sowie der globalen Nachhaltigkeitspolitik zu unterstützen. Darüber hinaus wertet das Gremium Forschungsergebnisse zur nachhaltigen Entwicklung aus, zeigt

Forschungsdefizite auf und gibt Handlungs- und Forschungsempfehlungen. Aufbauend auf den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals – SDG) besteht die übergeordnete Zielsetzung des WBGU darin, Vorschläge für die Sicherung der natürlichen Lebensgrundlage der Menschheit zu erarbeiten. Dass dies eine große Aufgabe ist, zeigt auch das im Juli 2021 vom WBGU veröffentlichte Politikpapier „Über Klimaneutralität hinausdenken“. Vor dem Hintergrund der Glasgower Klimakonferenz im November 2021 empfiehlt er darin den beteiligten Staaten, langfristige und verbindliche Strategien zu entwickeln, die über Klimaneutralität hinaus hin auf globale Klimastabilität ausgerichtet sind. Diese Strategien sollten drei Schwerpunkte enthalten: den schnellen und vollständigen Ausstieg aus der Nutzung fossiler Energieträger, den Schutz und die Wiederherstellung von Ökosystemen und deren nachhaltige Nutzung sowie die Entfernung von CO₂ aus der Atmosphäre. Positive Nebeneffekte dieser Strategien zeigen sich laut WBGU so auch in anderen Bereichen, wie etwa Gesundheit oder Armutsbekämpfung.

Aktuell arbeitet der WBGU an einem Gutachten zum Thema »Umwelt und Gesundheit«. In Alzenau wurde mit der Sitzung des WBGU somit auch ein Stück Nachhaltigkeit für die gesamte Welt erarbeitet. ■

Ansprechpartnerin

Jennifer Oborny
Fraunhofer IWKS
Brentanostraße 2a
63755 Alzenau
06023 32039-803
jennifer.oborny@iwks.fraunhofer.de
www.iwks.fraunhofer.de

20 Jahre LOTAS Softwareentwicklung: Ihr Partner in puncto Digitalisierung und Industrie 4.0 aus der Region

LOTAS aus Alzenau feiert 20-jähriges Bestehen. 2001 gründete der Softwareentwickler Thomas Lorenz die LOTAS Softwareentwicklung GmbH. Heute betreut die Firma Kleinunternehmen, Mittelständler sowie internationale Großkonzerne. Zu ihrem Kerngeschäft zählen die Softwareentwicklung, das Consulting, das Projektmanagement sowie die weltweite Wartung und Betreuung. Was als Traceability-Lösung für die Automotive-Welt begann, ist heute die Software-Komplettlösung XDMS für Produktentwicklung, Produktion und Qualitätsmanagement.



Selina Lorenz (Projektmanagement), Thomas Lorenz (Gründer und Geschäftsführer), Maximilian Hesch (Softwareentwicklung).

Neben Dienstleistern und Herstellern profitieren auch Anlagenbauer von den technischen Möglichkeiten der Software. Sie setzen XDMS bereits in der Testphase ein, um Maschinendaten zu erfassen und auszuwerten. Mit der Maschinenauslieferung wird XDMS den Endkunden bereitgestellt.

LOTAS optimiert die Prozesse von Laboren und Herstellern aus allen Branchen, für die ein effizienter Workflow über Erfolg und Niederlage entscheidet: Automotive, Pharmaindustrie, Elektronik, Medizin und die Chemiebranche. Zur Gründungszeit konnten die wenigsten etwas mit Kommunikation mit Maschinen und maschinellem Lernen anfangen. Da LOTAS von Beginn an, und damit seit 20 Jahren, auf Industrie 4.0 und Künstliche Intelligenz setzt, kann der Softwareentwickler heute auf einen großen Erfahrungsschatz zurückgreifen. Außerdem legt

das LOTAS-Team Wert auf die frühe Förderung von Nachwuchstalenten und kooperiert mit regionalen Hochschulen. Die Firma gibt nicht nur als Praxispartner ihr Wissen weiter, sondern stellt den Hochschul-Laboren ihre Laborsoftware, die in den Laboren namhafter Unternehmen und beliebter Arbeitgeber eingesetzt wird, zur Verfügung.

„Nichts ist so gut, dass man es nicht noch weiter verbessern kann.“

Das sagt der Gründer und Geschäftsführer der LOTAS Softwareentwicklung GmbH Thomas Lorenz. Dieses Motto beschreibt sowohl den Startschuss zur Unternehmensgründung als auch das bis heute anhaltende Engagement des Branchenexperten. „Ich verbrachte viel Zeit in Industrieunternehmen. Damals gab es einfach noch keine Traceability-Lösung, die so gut war, wie ich es mir vorgestellt hatte. Also nahm ich es selbst in die Hand“, betont er.

Wer sich ständig verbessert, braucht für die Programmierung eine einheitliche und klare Struktur, damit Änderungen keine großen Wellen schlagen. Dieser Grundgedanke von einer Standardlösung mit konstanter Optimierung taucht auch in der Namensgebung der Software XDMS auf: Das X steht für Industry X, die Digitale Intelligenz als treibende Kraft, die im permanenten Wandel neue Möglichkeiten schafft. Die Abkürzung „DMS“ steht für Daten-Management-Systeme.

Die Schwerpunkte des Systems sind die Produktentwicklung, Produktion und das Qualitätsmanagement, doch die beliebig kombinierbaren Module gehen weit über diese Unternehmensbereiche hinaus. Der Fokus jeder einzelnen Funktion lag von Anfang an auf einer flexiblen und anpassungsfähigen Standardlösung. Nur so können Kunden eigenständig inhaltliche und optische Anpassun-

gen vornehmen, um aus der Standardversion von XDMS im Handumdrehen ihre Sonderlösung zu zaubern. Mit der mehrsprachigen Sprachvariation kann beispielsweise ein firmenspezifisches Wording sichergestellt werden. Komplette Prozesse können vom Kunden auf einfache Weise automatisiert und GUIs frei designt werden.

Das ausschlaggebende Erfolgsgeheimnis der LOTAS Softwareentwicklung GmbH ist die Perfektion bis ins kleinste Detail. Das ganze Team handelt sorgfältig und vorausschauend. Es hat die Motivation, nicht nur irgendeine Lösung zu finden, sondern nachhaltig die beste Lösung umzusetzen. Ihre Kunden schätzen außerdem die persönliche Note, denn sie

werden von festen Ansprechpartnern bei LOTAS betreut. ■

Ansprechpartner

Thomas Lorenz
LOTAS Softwareentwicklung GmbH
Industriegebiet Süd E 4
63755 Alzenau
06188 99 55 6-0
info@lotas.de
www.lotas.de

VanAssist: Das autonome Zustellfahrzeug der Zukunft

Der bis zum Jahr 2025 zu erwartende Anstieg der jährlich in Deutschland transportierten Pakete um 40 % auf rund 5,7 Milliarden verlangt innovative Lösungen. Deshalb arbeitet die Logistikbranche aktiv an neuen und nachhaltigen Zustellkonzepten, um den wachsenden Anforderungen gerecht zu werden. Mit VanAssist wurde seit Ende 2018 ein vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) gefördertes Kooperationsprojekt bearbeitet, das helfen soll, personelle Ressourcen zu schonen, der Verkehrsdichte in Ballungsräumen entgegenzutreten und die Emissionsreduzierung voranzutreiben. Entwickelt wurde ein autonom fahrendes Zustell-Elektrofahrzeug.



Das im Projekt VanAssist entwickelte Versuchsfahrzeug kann nicht nur die Navigation im Straßenverkehr übernehmen, sondern auch eigenständig Parkplätze suchen. So könnten sich Zusteller künftig vollends auf den Service auf der letzten Meile konzentrieren.

Hinter VanAssist stehen neben dem internationalen Paket- und Expressdienst DPD aus Aschaffenburg als wissenschaftliche Projektpartner die TU Braunschweig, die TU Clausthal, die Hochschule Offenburg und die Universität Mannheim sowie die Industriepartner BridgingIT GmbH, IAV GmbH, Ibeo Automotive Systems GmbH und ZENTEC GmbH. In der Entwicklung fokussierten sich die beteiligten Partner darauf, das autonome Fahrzeug so zu konzipieren, dass es den stetig steigenden Anforderungen auf der letzten Meile der Paketzustellung gerecht werden kann. Vor allem Lauf- und Fahrwege

einer Pakettour sollen optimiert werden. Entsprechend ist das Versuchsfahrzeug dank intelligenter Navigationssoftware dazu in der Lage, selbstständig Haltepunkte anzusteuern und in Echtzeit auf Veränderungen im Straßenverkehr zu reagieren.

Das VanAssist-Versuchsfahrzeug arbeitet im sogenannten Rendezvous-Modus. Dieser sieht vor, dass das Fahrzeug die Strecke vom Depot zum Zustellgebiet autonom zurücklegen kann. Der Zusteller steigt erst an einem vordefinierten Treffpunkt zu. Wann immer der Zusteller anschließend ein Paket zustellt, steuert das Fahrzeug automatisch den nächsten festgelegten Haltepunkt an. So wartet der Van immer genau an der Stelle auf den Paketzusteller, an der dieser das nächste Paket benötigt oder aber zur nächsten Adresse mitgenommen werden möchte.

Ist der geplante Haltepunkt nicht verfügbar, teilt das Fahrzeug dem Zusteller über eine eigens programmierte Smartphone-App mit, an welchem alternativen Punkt es auf ihn wartet. Die App-Steuerung ermöglicht es zudem, Zustellrouten nach Bedarf flexibel anzupassen. Auch eine Indoor-Navigation wurde integriert, die den Zusteller in großen Büro- oder Industriekomplexen im Gebäudeinneren schnell zum anzusteuern den Übergabepunkt führt.

Perspektivisch stellen diese Funktionen eine deutliche Erleichterung der täglichen Arbeit der Paketzusteller dar. Die Suche nach Parkplätzen und Adressen entfällt, stattdessen können sich die Arbeitskräfte voll und ganz auf die eigentliche Paketzustellung konzentrieren.

VanAssist zeigt zukünftigen Bedarf auf

Für DPD Deutschland hat das Förderprojekt VanAssist vor allem aufgezeigt, welche Entwicklungen vonnöten sind, um autonom fahrende Zustellfahrzeuge in den Arbeitsalltag zu integrieren. „Unsere Tests haben gezeigt, dass wir einen Leitstand benötigen, der immer dann eingreift, wenn auf der Tour etwas Unvorhergesehenes passiert, bei dem das Fahrzeug nicht selbstständig entscheiden kann, was zu tun ist. Das kann ein verdeckter Sensor oder aber eine versperrte Straße sein“, sagt Gerd Seber, Group Manager City Logistics & Sustainability bei DPD Deutschland. „Wir haben erkannt, dass wir unsere Tourenplanung grundlegend neu denken müssen. Denn zukünftig wird nicht nur relevant sein, an welche Adresse wir ein Paket bringen, sondern auch, wo wir zu diesem Paket nahegelegene Haltepunkte identifizieren und im System hinterlegen können“. Doch auch für Städte wird es in der Umsetzung von autonomen Fahr- und Zustelllösungen neue

Herausforderungen geben. „Es bedarf zum einen vereinheitlichter intelligenter Ampeln und Verkehrszeichen. Zum anderen benötigen wir speziell für den Lieferverkehr reservierbare Ladezonen, zu denen wir unsere Fahrzeuge navigieren können“, sagt Seber.

Nach dem erfolgreichen Projektabschluss Ende Juni 2021 soll das Versuchsfahrzeug in einem Praxistest im nächsten Schritt im Straßenverkehr zum Einsatz kommen. Bislang konnte das Fahrverhalten nur auf einem universitären Testgelände begutachtet werden.

Für die Realisierung von VanAssist standen dem Konsortium insgesamt 4,3 Mio. Euro Budget zur Verfügung, davon eine Fördersumme in Höhe von 2,7 Mio. Euro seitens des Bundes. Konsortialführer im Projekt war die DPD Deutschland GmbH in Aschaffenburg, unterstützt wurden Konsortialführer und Konsortium bei Projektadministration und -durchführung durch das Technologie- und Gründerzentrum ZENTEC GmbH aus Großwallstadt.

Weitere Informationen zum Projekt sowie Videos und Fachpräsentationen finden sich unter www.vanassist.de. ■

Ansprechpartner

Gerd Seber
DPD Deutschland GmbH
Wailandtstraße 1
63741 Aschaffenburg
+49 6021 843 164
gerd.seber@dpd.de
www.dpd.de

Thorsten Stürmer
ZENTEC GmbH
Industriering 7
63868 Großwallstadt
06022 26-1115
stuermer@zentec.de
www.zentec.de

SKZ wird 2025 klimaneutral: Strategisches Ziel für ein nachhaltiges Fundament des Kunststoff-Zentrums in Würzburg

Das Kunststoff-Zentrum SKZ in Würzburg übernimmt mit der Einführung eines Klimamanagements beim Thema Klimaschutz ab sofort mehr Verantwortung. Das Ziel: Treibhausgase vermeiden, reduzieren und – wo nicht vermeidbar – kompensieren.



Bereits im Einsatz befindliche Solarthermieranlage zur Bereitstellung von Prozesswärme am SKZ.

Die stattfindende Klimakrise und deren Auswirkungen ist uns durch die Flutkatastrophe im letzten Sommer auf sehr tragische Weise vor Augen geführt worden. Mit der gesamtgesellschaftlichen Herausforderung „Konsequente Verringerung von Treibhausgasemissionen“ als eine Antwort auf die Klimakrise beabsichtigt das SKZ seinen Beitrag im eigenen Verantwortungsbereich zu leisten. Mit dem Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens ist bereits eine Grundlage bei der Prüfung und Verbesserung der drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Ökonomie und Soziales – gelegt worden. Für die Stärkung der Ökologie wurde nun auch ein unternehmensinternes Klimamanagement eingerichtet. Dieses hat das ambitionierte, aber klar formulierte Ziel, das Unternehmen bis 2025 klimaneutral zu stellen.

Klimaneutralität auf Unternehmensebene

Die Vorgehensweise geht zuerst über das Vermeiden und anschließend über die Reduktion klimarelevanter Emissionen. Als letzten Schritt gilt die Kompensation unvermeidbarer Emissionen mit dem Bezug von entsprechenden Zertifikaten als legitimes Mittel. Klimaneutralität auf Unternehmensebene umfasst sowohl die eigenen standortbezogenen als auch die vor- und nachgelagerten Emissionen. Das Vorgehen und die Berechnung ist im international anerkannten

Greenhouse Gas Protocol festgelegt. Ziel der Aktivitäten ist es, einen Beitrag zu leisten, um den globalen Temperaturanstieg doch noch auf 1,5 °C zu begrenzen.

Julius Ort zum Klimamanager berufen

Mit der Zielvorgabe der Klimaneutralität ist am SKZ eine zentrale, dafür zuständige Stabsstelle geschaffen worden. Am 1. Oktober 2021 wurde Julius Ort zum Klimamanager am Kunststoff-Zentrum in Würzburg berufen. In den vergangenen Jahren war der studierte Maschinenbauer in der Forschungsgruppe für Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft am SKZ tätig. Hier baute er umfassende Expertise zum Thema CO₂-Bilanzen auf Unternehmensebene auf. „Es ist für mich eine große Freude, dass wir diese Position aus den eigenen Reihen besetzen können. Dies verdeutlicht unsere langjährige und in der Industrie sehr gefragte Erfahrung auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit. Ich persönlich stehe ohne Einschränkung hinter dem Bestreben, eine lebenswerte, nachhaltige (Um)Welt für zukünftige Generationen mit dem eigenen Wirken zu sichern“, sagt Prof. Dr.-Ing. Martin Bastian, Institutsleiter am SKZ. Und Julius Ort ergänzt: „Ich bin überzeugt, dass wir nun eine perfekte Grundlage geschaffen haben, um mit dem Unternehmen ein erstrebenswertes Ziel zu erreichen und es krisenfest gegenüber kommenden Herausforderungen aufzustellen.“ ■

Ansprechpartner

Julius Ort
SKZ – Das Kunststoff-Zentrum
Frankfurter Straße 15-17
97082 Würzburg
0931 4104-263
j.orth@skz.de
www.skz.de

mainproject unterstützt KMUs am Bayerischen Untermain bei nachhaltigen Geschäftspraktiken

Neben New Work, Digitalisierung und Agilität ist Nachhaltigkeit eines der Themenschwerpunkte von mainproject. Deshalb war es nur eine Frage der Zeit, bis eine Community für nachhaltige Geschäftspraktiken ins Leben gerufen wird. Am 09.11.2021 fand in einer kleinen Runde aus Vertreter/innen der hiesigen KMUs und dem mainproject-Team die Kick-Off-Veranstaltung statt. Der Fokus der ersten Veranstaltung lag auf dem Kennenlernen, ersten Austausch, Erwartungsklärung, sowie Vereinbarung von weiterem Vorgehen.



Nach der Vorstellungsrunde war eines klar – trotz der unterschiedlichen Beweggründe für die Teilnahme an der Veranstaltung, sind sich alle einig: Nachhaltigkeit ist ein Prozess, der nie aufhört. Umso wichtiger, am Ball zu bleiben – doch wie geht ein KMU am Bayerischen Untermain dieses Thema am sinnvollsten an? Welche neuen Themen darf man als hiesiges Unternehmen nicht verpassen und wie kann es diese direkt und effektiv umsetzen? Außerdem: Was sind die Voraussetzungen für die Umsetzung nachhaltiger Geschäftspraktiken in KMU?

Die neu gegründete Community für nachhaltige Geschäftspraktiken unter Leitung von Prof. Dr. Carsten Reuter, hat es sich zur Aufgabe gemacht, in den kommenden Wochen und Monaten genau diesen Fragen nachzugehen: „Die Wissenschaftler unserer Hochschule möchten nicht von ihrem weißen Elfenbeinturm herunterschauen und alles erklären, sondern auch praktisch tätig werden, um verstehen zu können: Woran hakt das denn? Deshalb ist diese Community ein wichtiges Format, um von den KMUs zu lernen, wie wir unseren Wissenstransfer zielgerichtet gestalten können, damit sie mit unserer

Unterstützung konkrete und praktische Lösungsansätze in ihr Unternehmen mitnehmen können.“

Der einführende Vortrag von Prof. Reuter sollte den beteiligten Unternehmensvertretern zunächst einen groben Überblick über die aktuelle Situation in puncto Nachhaltigkeit verschaffen. Dabei stellte er fest: „Früher musste ich in der Vorlesung erklären, warum Nachhaltigkeit wichtig ist. Heute wollen die Studierenden konkret von mir wissen, was sie tun können.“ Eine positive Entwicklung, wenn man bedenkt, wie wenig Resonanz dieses Thema noch vor rund zehn Jahren erzeugte.

Doch können wir in Deutschland überhaupt etwas gegen die Erderwärmung tun?

Im globalen Vergleich schneidet die CO₂-Emission von Europa mit gerade mal 8 % (davon 2 % Deutschland) auf den ersten Blick vergleichsweise gut ab. Deshalb stellt sich vielleicht die Frage, wieso uns hier das Nachhaltigkeitsthema genauso beschäftigen sollte, wie woanders auf der Welt. Prof. Dr. Reuter erklärt: „Diese 8 % CO₂-Emission in Europa bezieht sich nur auf den innerhalb von unserem Kontinent produzierten CO₂-Ausstoß. Schließt man jedoch die Emissionen mit ein, welche im Rahmen der für die EU im Ausland produzierten Waren entstehen und hält sich zugleich vor Augen, dass Deutschland eklatant von Import und Export profitiert, wird klar, dass die 2 % CO₂-Emissionen bei uns im Land überschritten werden (um ca. weitere 2 %). An dieser Stelle stellt sich auch immer wieder die Frage, was den Verzicht von Konsumgütern betrifft. Obwohl sich dies nicht bestreiten lässt, geht es nicht nur darum zu verzichten, sondern vielmehr darum, immer wieder aufs Neue zu schauen, wie man nachhaltiger seinen Konsum, seine Wertschöpfung und seine Geschäftspraktiken gestalten kann.“



Unternehmens- und Beschäftigungsstruktur in Deutschland

Wenn wir uns die Unternehmensstruktur in Deutschland anschauen, stellen wir fest, dass 80 % der Unternehmen Kleinstunternehmen, 16 % Kleinunternehmen und 3 % mittlere Unternehmen sind. Weniger als ein Prozent machen die ganz großen Unternehmen aus. Deshalb ist es von enormer Bedeutung, dass gerade die Kleinst- und Kleinunternehmen nachhaltig agieren. Die Voraussetzungen für die Umsetzung nachhaltiger Geschäftspraktiken in KMU sind gut: Die kleinen und mittleren Unternehmen sind meist in ihrer jeweiligen Region verwurzelt, überschaubar, innovativ und flexibel. Die besten Voraussetzungen um Maßnahmen zur ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit einfach und kosteneffizient zu ergreifen.

Doch wer bestimmt überhaupt, was nachhaltig ist?

Es gibt verschiedene regulierende Instanzen, die spezifische, auf ihrem Themenschwerpunkte basierende Kriterien festlegen. An dieser Stelle sind vor allem die regulativen Kriterien (EU-Öko-Verordnung, Lieferkettengesetz), normativen Kriterien (Dach- & Fachverbände, We Care Siegel) sowie die kulturell-kognitiven Kriterien (unternehmensspezifische und mitarbeiterspezifische Werte) maßgeblich. Neben diesen Kriterien gibt es zahlreiche Leitlinien und Standards zum Nachhaltigkeitsmanagement und so stellt sich dem einen oder anderen Unternehmer die Frage: Welchen Standard soll ich denn wählen? Den richtigen Weg für sein Unternehmen zu wählen, gleicht einer ernstzunehmenden Herausforderung – auch wenn vielleicht nicht der dringendsten.

Patagonia – Vorbild für viele

Der Gründer des Unternehmens „Patagonia“, Yvon Chouinard, findet in dieser Runde mehr als einen Anhänger. Zurecht: Chouinard setzt sich auf meh-

rere Ebenen für mehr Nachhaltigkeit ein und hat damit schon zu Zeiten begonnen, als die wenigsten global agierenden Unternehmen an derartiges dachten. Von ihm stammt auch das bekannte Spendenkonzept „1 % for the Planet“ (genau 1 % des jährlichen Umsatzes geht an Organisationen, die sich für Umweltschutz einsetzen), zudem versucht er mit einem 4-Punkte-Programm (Reduce, Repair, Reuse und Recycle) die ökologische Nachhaltigkeit zu verbessern.

Umso authentischer kommt das Zitat von Chouinard zum Abschluss der Veranstaltung rüber: *Patagonia will never be completely socially responsible. It will never make a totally sustainable non-damaging product. But it is committed to trying.* („Patagonia wird niemals vollständig sozial verantwortlich handeln und sie wird auch nie ein völlig nachhaltiges, nicht die Umwelt schädigendes Produkt herstellen. Aber Patagonia verpflichtet sich, dies zu versuchen.“)

Wer Interesse hat, an der neu gegründeten Community für nachhaltige Geschäftspraktiken mitzuwirken, schreibt eine E-Mail an info@mainproject.eu. ■

Ansprechpartner

Prof. Dr. Carsten Reuter
TH Aschaffenburg | mainproject
Würzburger Straße 45
63743 Aschaffenburg
06021 4206-333
info@mainproject.eu
www.mainproject.eu

Über mainproject

mainproject ist eine Reihe von Wissenstransferprojekten – gefördert aus Mitteln der Europäischen Sozialfonds (ESF) – zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen in der Region Bayerischer Untermain. Hierbei wird hochschulseitig vorhandenes Wissen vermittelt und in die betriebswirtschaftliche Praxis umgesetzt. Ziel ist es, die Bedarfe der Unternehmen – speziell im Kontext der Digitalen Transformation, der Nachhaltigkeit und der „Agile Transition“ – zu erfassen, aktuelle fachliche Fragen zu erörtern sowie Informationsdefizite und Einstiegshemmnisse abzubauen.



STIMMEN AUS DER POLITIK

Freiheit und Verantwortung als Triebfeder für Digitale Transformation in der Corona-Krise

War die Corona-Krise der Weckruf für manchen digitalen Dornröschenschlaf? Eine eindeutige Antwort gibt es darauf nicht. Da ist zwischen Unternehmen, Verwaltung, Schulen, Gesellschaft, Politik und Privat zu differenzieren, aber auch innerhalb eines jeden dieser Lebensbereiche.



Die corona-bedingten Maßnahmen haben unsere Freiheiten massiv eingeschränkt. Aber gleichzeitig haben sich bei der Digitalisierung neue Möglichkeiten und Freiheiten aufgetan. Auf dem Weg in die Digitale Transformation wurden sie sehr unterschiedlich genutzt.

In der Wirtschaft zeigte sich wie in einem Brennglas, wie weit Unternehmen in der Digitalisierung jeweils schon waren. Für viele Hochtechnologie-Unternehmen in unserer Region brauchte es nur einige Änderungen in den Abläufen, aber es gab auch Firmen, deren Organisation völlig auf den Kopf gestellt wurde. Dabei hatten aber auch Störungen in der globalen Vernetzung ihre Wirkung.

Die öffentliche Verwaltung war in der Entwicklung weiter zurück. Trotzdem durfte man staunen, welche Grenzen der Mobilität und Arbeitszeitflexibilität, die bis dahin unverrückbar schienen, nun überwunden werden konnten. Natürlich brauchte es Vertrauen der Vorgesetzten in die MitarbeiterInnen, auch zarte Änderungen der Fehlerkultur konnte man spüren. Trotzdem war die Flexibilität der Wirtschaft naturgemäß nicht erreichbar.

Eine reine digitale Erfassung von einzelnen Schritten von Vorgängen reicht allerdings nicht. Erst eine Voll-Digitalisierung, d. h. eine vollständige Bearbei- ▶

tung eines Vorgangs ohne Medienbruch verdient den Namen Digitalisierung. Da darf man sich nichts vormachen: Eine App, die nur den Erstkontakt (als Eingabeformular oder gar nur als ausdrucksfähiges PDF) digital darstellt, mag im politischen Marketing wirken, hilft aber Bürgern und Verwaltung nicht wirklich. Eine so verstandene Umsetzung des Online-Zugangs-Gesetzes (OZG) würde die dafür vorgesehenen Gelder verpuffen lassen und unserer Gesellschaft einen Bärendienst erweisen.

In der Politik gerade im Bezug auf Corona wurden gravierende Schwachstellen offenbar. Sei es die bis heute nicht umfassend eingesetzte Software Sormas in den Gesundheitsämtern (stattdessen wurden Fax und Excel genutzt), sei es das Chaos mit zahlreichen Apps zur Kontakt-Nachverfolgung, sei es die DV-technische Bearbeitung der Unterstützungsleistungen (die helfende IHK war durch fehlende Vorgaben letztendlich auch behindert) bis hin zur Nicht-Erreichbarkeit von Behörden (z. B. Kfz-Anmeldung). Da fiel die zügige Bearbeitung auf Seiten der Steuerbehörden etwa bei Stundungen und Rückzahlungen positiv auf.

Ein besonderes Beispiel waren unsere Schulen. Während sie mit einer Unmenge an Erlassen aus dem Ministerium bombardiert wurden, haben viele Lehrer ihre besondere Verantwortung begriffen und sich mit unglaublichem persönlichem Engagement um die Bildung ihrer SchülerInnen bemüht. Trotz oftmals holpriger DV-Landschaft haben viele von ihnen manchmal sogar mit eigenem finanziellem Einsatz den Unterricht mit ihren SchülerInnen aufrechterhalten. Mein höchster Respekt für diese LehrerInnen.

Mein persönliches Fazit: In Unternehmen, aber auch in anderen Lebensbereichen wurde flexibel reagiert, behindernde Vorschriften wurden oft verantwortungsvoll ausgelegt oder gar überwunden. Hoffentlich bleiben diese Errungenschaften erhalten. Es darf kein Zurück zu analogen oder digital abgebildeten analogen Prozessen geben.

Die Corona-Krise hat aber auch gezeigt, wie Datenschutz richtig zu verstehen ist. Gerne wurde bisher der Datenschutz als Begründung für die Ablehnung zahlreicher Innovationen missbraucht. Aber gerade der bayerische Datenschutzbeauftragte zeigt immer

wieder auf, dass es Vernetzungen und Digitale Transformation unter Einhaltung der in Deutschland besonders streng interpretierten Datenschutzvorgaben geben kann.

Zum Ausbau der Infrastruktur gehört auch eine umsetzbare und agile Cyber-Sicherheitsstrategie mit wirksamem Schwachstellenmanagement und Recht auf Verschlüsselung. Hier muss die öffentliche IT-Infrastruktur, aber auch manche Unternehmen schnellstmöglich nachbessern.

Alles entscheidend ist aber das sogenannte Mindset. Hardware und Kabel sind notwendige Voraussetzungen, aber eine Digitale Transformation ist nur möglich, wenn sich jeder einzelne auf das Wagnis von Veränderungen einlässt und die sich bietenden Freiheiten in Verantwortung ausübt. Dabei müssen Fehler möglich sein, aber solche müssen schnell erkannt (quick fail) und korrigiert werden, ohne leidige Schuld Diskussionen. Viele Unternehmen in unserer Region sind da auf dem besten Wege, wie ich bei zahlreichen Firmenbesuchen immer wieder feststelle.

Insgesamt gilt: Die zügige Digitale Transformation von Wirtschaft und Verwaltung ist Grundvoraussetzung für die künftige bayerische Wettbewerbsfähigkeit national wie auch international. Nutzen wir den Schwung aus der Corona-Zeit gerade auch für unsere Region.

Ansprechpartner

Dr. Helmut Kaltenhauser, MdL
Abgeordnetenbüro
Roßmarkt 22
63739 Aschaffenburg
06021 583 22 99
helmut.kaltenhauser@fdpltb.de
www.helmut-kaltenhauser.de

Bayern pusht die Digitalisierung

Neben allen negativen Aspekten hat uns die Corona-Krise wie in einem Brennglas auch die Herausforderungen gezeigt, vor denen wir in allen Bereichen stehen. Die Konsequenz daraus ist, dass wir die Digitalisierung in allen Bereichen vorantreiben müssen. Genau das tun wir in Bayern. Und: Wir hätten die Corona-Krise ohne die rasche Nutzung digitaler Tools nie so schnell meistern können, wie wir das getan haben – und ja noch immer tun.



- Via sicherem Kontaktformular und verschlüsselter Verbindung kann man mit den Behörden in Kontakt treten.
- Über ein persönliches BayernID-Postfach lassen sich Benachrichtigungen von Behörden sowie neueste Meldungen und Informationen aus den verschiedensten Bereichen des Freistaats abrufen.
- Die BayernApp kann in allen bekannten Online-Stores kostenlos geladen werden.

Digitalisierung der Verwaltung

Um die Digitalisierung der bayerischen Rathäuser voranzubringen, hat Bayern das Förderprogramm „Digitales Rathaus“ gestartet:

- Bereits über 700 Kommunen haben einen Antrag bewilligt bekommen und wurden mit über 7 Millionen Euro gefördert.

Auch Menschen, die der Digitalisierung bisher kritisch gegenüberstanden, nutzen heute ganz selbstverständlich eine App, um im Restaurant und in vielen anderen Einrichtungen schnell und problemlos „einchecken“ zu können. Dieser Trend wird sich fortsetzen, weil immer mehr Menschen die Erfahrung machen, dass ihnen die Digitalisierung das Leben erleichtert.

Bayerische Digitalstrategie

Wir können deshalb wirklich froh sein, dass der Freistaat Bayern die Chancen der Digitalisierung für Gesellschaft und Wirtschaft frühzeitig erkannt und dafür auch die Weichen gestellt hat:

- Unsere Strategie „Bayern Digital“ hat ein Investitionsvolumen von 6 Mrd. Euro bis 2022 und soll die Digitalisierung pushen.
- Darüber hinaus unterstützt der Freistaat die Städte und Gemeinden wie kein anderes Bundesland beim Breitbandausbau. Seit 2014 wurden 1,6 Milliarden Euro an Fördermitteln zugesagt.

Neue BayernApp

Die im Februar 2021 gestartete BayernApp ermöglicht den mobilen Zugriff auf eine Vielzahl staatlicher und kommunaler Verwaltungsleistungen:

Weiterentwicklung der Bildungsregionen zu „Digitalen Bildungsregionen“

Darüber hinaus entwickeln wir unsere 76 bayerischen Bildungsregionen zu „Digitalen Bildungsregionen“ weiter:

- Dabei sollen sie ihre bestehenden regionalen Netzwerke und Strukturen nutzen, um zukunftsorientiert die digitale Bildung noch stärker in den Blickpunkt zu rücken.
- Mittlerweile haben sich 37 von insgesamt 76 Bildungsregionen im Freistaat zusätzlich auf den Weg zu einer „Digitalen Bildungsregion“ gemacht.
- Dadurch sollen auch mit modernsten digitalen Mitteln die Bildungs- und Teilhabechancen junger Menschen vor Ort vom Kindergarten bis zum Eintritt in die Schule und dann bis zum Berufsleben oder zum Studienbeginn weiter erhöht werden, vor allem auch durch die Vernetzung der Akteure in der Region.

Bayerns Schulen werden digital

Der Freistaat unternimmt auch enorme Anstrengungen, um die Schulen zu digitalisieren und um die digitale Bildung voranzutreiben. Bis 2024 sollen sie bei der Digitalisierung mit rund 1 Milliarde Euro unterstützt werden: ▶

- Damit werden insgesamt 11.000 Klassenzimmer mit digitaler Präsentationstechnik und W-LAN ausgestattet.
- Hinzu kommen 778 Millionen Euro aus dem „DigitalPakt Schule“ des Bundes.

Media Lab Ansbach

Das Media Lab in Ansbach ist eine digitale Ideenschmiede. Es ergänzt das Media Lab Bayern in München, das bereits zahlreiche GründerInnen und Start-ups im Medienbereich auf dem Weg zum Markterfolg unterstützt hat:

- In Kooperation mit der Hochschule Ansbach werden Studentinnen und Studenten sowie Medien-Start-ups dabei unterstützt, Geschäftsmodelle für die digitale Medienwelt zu entwickeln und neue Distributionsplattformen zu erschließen.
- Medien-Start-ups und junge GründerInnen aus ganz Nordbayern können hier neue Konzepte, Produkte und Geschäftsideen entwickeln.
- Statt irgendwohin abzuwandern, bekommen sie vor Ort die Chance, ihre Ideen auszuprobieren und mit starken Partnern wie der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien und der Hochschule Ansbach zu perfektionieren.

Bayern steht bei der Digitalisierung in Deutschland an der Spitze

Das alles – und vieles mehr! – zeigt: Bayern steht bei der Digitalisierung in Deutschland an der Spitze! Dabei ist für uns eines besonders wichtig: Die Digitalisierung muss den Menschen in allen Landesteilen dienen. Selbstverständlich auch bei uns am Untermain! ■

Ansprechpartner

Berthold Rüth, MdL
Abgeordnetenbüro
Bayernstr. 46
63863 Eschau
09374 970026
berthold.rueth@csu-landtag.de
www.berthold-rueth.de



Gude, Work-Life-Balance!

Die Region FrankfurtRheinMain umgibt ein ganz besonderes Flair – und hier ist nicht nur die Rede von der faszinierenden Skyline Frankfurts und den dazugehörigen Banken und Unternehmen. Diese Region kann mehr: Sie vereint pulsierende Städte mit multikultureller Vielfalt und regionaler Gastfreundschaft. Ein freundliches „Ei Gude!“ an jeder Ecke, unverwechselbare Gemütlichkeit, der berühmte Äpfel und Menschen aus 180 Nationen, die hier ihr Zuhause haben: Das müssen Sie erleben!

FrankfurtRheinMain GmbH International Marketing of the Region ist der offizielle Ansprechpartner für Ansiedlungen von Unternehmen aus dem Ausland.

→ frm-untied.com





Die Digitalisierung hat durch Corona einen großen Schub erhalten. Unsere ganze Gesellschaft wird digitalisiert und wir stehen mitten in einem digitalen Wandel, der natürlich auch vor unseren Verwaltungen keinen Halt macht. Inzwischen hat sich viel getan und wir erkennen rückblickend, dass die Pandemie zu einem deutlichen Entwicklungsschub und zu einer Beschleunigung von Veränderungsprozessen geführt hat.

Ich freue mich sehr, dass unser Landratsamt Aschaffenburg als moderne Dienstleistungsbehörde auch in Sachen Digitalisierung Vorreiter ist. Die damit verbundenen Herausforderungen und neuen Aufgabenstellungen haben wir im Landratsamt bereits weit vor Corona angepackt, um uns fit für die Zukunft zu machen und unseren Bürgerinnen und Bürgern auch digital bestmöglichen Service anbieten zu können. 57 kommunale oder zentrale Online-Verfahren sind im BayernPortal verlinkt und können inzwischen rein digital abgewickelt werden. Den dazu notwendigen „Digitalen Werkzeugkasten 2.0“ stellt der Freistaat Bayern zur Verfügung, die Umsetzung erfolgte im Rahmen des Pilotprojekts „Digitallabor Bayern“ des Ministeriums für Digitales und des Innovationsring des Bayerischen Landkreistags. Auch Dank unseres Engagements als Pilotbehörde wurden wir kürzlich von Digitalministerin Judith Gerlach mit dem Prädikat „Digitales Amt“ ausgezeichnet. Mein ausdrücklicher Dank gilt dem Freistaat Bayern für seine Unterstützung, vor

allem aber gilt mein Dank meiner Mannschaft in unserer EDV für deren herausragenden Einsatz, die mit maximaler Professionalität und Verlässlichkeit die Digitalisierung im Landratsamt möglich gemacht hat und selbstverständlich die bestehenden Angebote auch weiterhin ausbauen wird.

Der Schlüssel zur erfolgreichen und zügigen Gestaltung der Transformation liegt, neben der Schaffung technischer Voraussetzungen, vor allem in der Verfügbarkeit eines motivierten und qualifizierten Teams. Um Beschäftigte und Betriebe fit für den Arbeitsmarkt von morgen zu machen und einem Mangel an Fachkräften zu begegnen, haben wir vor fünf Jahren die regionale Fachkräfteallianz gegründet. Hier arbeiten die Landkreise Aschaffenburg und Miltenberg sowie die Stadt Aschaffenburg partnerschaftlich mit der Agentur für Arbeit Aschaffenburg, dem Deutschen Gewerkschaftsbund Unterfranken, der Handwerkskammer für Unterfranken, der Technischen Hochschule Aschaffenburg sowie der IHK Aschaffenburg daran, dass Unternehmen langfristig qualifizierte Fachkräfte zur Verfügung stehen und den Menschen in der Region passgenaue Qualifizierungsmöglichkeiten angeboten werden.

Als Region möchten wir diesen digitalen Wandel insbesondere auch im Landratsamt und Landkreis Aschaffenburg aktiv mitgestalten und arbeiten selbstverständlich gemeinsam daran, Ausgangslage und Rahmenbedingungen für alle Akteure weiter zu verbessern.

Ihr
Dr. Alexander Legler

Ansprechpartner

Christian Münstermann
Landratsamt Aschaffenburg
Bayernstr. 18
63739 Aschaffenburg
06021 394-212
Landrat@lra-ab.bayern.de
www.landkreis-aschaffenburg.de

mit freundlicher Unterstützung durch:

