

eBusiness-Lotse Oberfranken zeigt Wege in die digitale Zukunft

Das Projekt eBusiness-Lotse Oberfranken unterstützt oberfränkische Unternehmen.

Foto: Manuel Stark



von [MANUEL STARK](#)

Ob Smartphone, E-Reader oder Tablet, die immer neueren Technologien sind aus dem Alltagsleben der meisten Menschen nicht mehr wegzudenken. Doch das ist nur eine Seite der Medaille. Hinter dem Aufkommen solcher Technologien steckt ein milliardenschwerer Markt. Auch abseits der Entwicklerfirmen. Dies und mehr sind Themen des Projekts eBusiness-Lotse Oberfranken. Die Auftaktveranstaltung zum Projekt, das Workshops, die Ausrichtung von IT-Foren, weitere Vorträge und Seminare umfassen soll, fand in Kloster Banz statt.

Projektträger sind unter anderem die Hochschule Hof, das IT Cluster Oberfranken und das IGZ Bamberg. Schon bei der Begrüßung fällt die Bedeutung des Themas auf. Firmenvorstände verschiedenster Branchen aus ganz Oberfranken sind gekommen. Die wichtigste Voraussetzung dafür etwas zu bewirken ist also gegeben: Das Interesse der Betroffenen.

Und bewirken will man etwas: "Wir wollen uns als Impulsgeber für die gesamte Region Oberfranken etablieren", stellt Konrad Bastian klar. Als Geschäftsführer des IGZ Bamberg hat er besonderes Interesse am Gelingen des Projekts. Doch auch der Vorsitzende des IT Clusters Oberfranken, Claus Huttner, macht eine Sache deutlich: "Wir weigern uns nur als Vertreter der IT Branche zu agieren. Vielmehr wollen wir Vertreter aller Branchen sein, für die IT eine aktive Rolle spielt, also quasi fast alle". Bereits mehr als 70 regionale Firmen seien dem IT Cluster beigetreten. Zudem sei eine Tendenz zu den 100 erkennbar. Seit 2007 bemerke man deutlich mehr Zusammenarbeit unter den Mitgliedsunternehmen. Doch nicht nur Firmen seien das Ziel des Clusters.

Auch die Hochschulen der Region sollen als Heim der Wissenschaften eingebunden werden, so Huttner: "Mich freut besonders, dass die Universität Bamberg sich bereit erklärt hat das nächste IT-Forum aus zu richten". Die eigentlichen Ausmaße und die Wichtigkeit solcher Lotsen- und Aufklärungsprojekte werden im Vortrag von Carlo Velten deutlich. Am Beispiel eines online-Filmverleihs macht er die Hintergründe neuerer Technologien für die gezielte Unternehmenswirtschaft deutlich.

Der eigentlich kleine Filmverleih habe in eine eigens produzierte Fernsehserie 100 Millionen Dollar investiert. Wie bekommt man ein solches Investitionsrisiko durch den Aufsichtsrat? Die Antwort sei ebenso simpel wie unbekannt: Durch Daten. Die Messungen dauerten über Jahre hinweg an "Die wussten genau, wer, in welchem Alter, mit welchem Geschlecht, was für Interessen an einer Sendung hat", sagt Velten. Nun könne man natürlich einwenden, dass in Amerika alles ein bisschen anders sei.

Deshalb verweist Velten weiterhin auf den Springer-Konzern. Einen der größten Deutschen Medienunternehmen. Über 40 Prozent des Jahresumsatzes nehme der Konzern mittlerweile durch online-Angebote und entsprechende Nachforschungen ein. Ein anderes Beispiel sei das mittlerweile weit verbreitete "Car-Sharing". "Wieso war das vor einigen Jahren noch nicht in dem Ausmaß möglich, wie wir es heute vorfinden?", fragt Velten in die Runde der Zuhörer.

"Der Informationsfluss war zu langsam", meint ein Teilnehmer. "Wenn man von Bamberg nach Lichtenfels fahren wollte, dann musste man rechtzeitig jemanden finden, der die Route fährt und einem auch vertraut. Da war außerhalb des Freundeskreises schon fast Schluss", meint eine andere. Velten nickt zustimmend.

Doch auch die Apps tragen ihren Teil dazu bei: "Die DB-App hat bei der Deutschen Bahn zu einer enormen Kostenersparnis geführt", sagt Velten. Es handle sich dabei um Beträge in mehrstelliger Millionenhöhe. "Jedes Unternehmen sollte überlegen, wie man dieses Kunststück bei sich selbst nachmachen kann", fügt er an. Doch gibt es, bezogen auf das Internet, noch andere Fallbeispiele: "Google kaufte für zwei Milliarden Dollar ein Rechenzentrum in New York, um an einem der größten Internetknoten der Welt zu sitzen." Daten werden zum Produkt eines neuen Weltmarktes, zum Garanten von Marketingernfolg.

In anschließenden Podiumsdiskussion wird deutlich, dass sich auch die Region um Bamberg und Lichtenfels nicht vor dieser Entwicklung verschließen kann: "Über 70 Prozent der regionalen Unternehmen nutzen online-Marketing, Social Media und digitale Datenerhebung". Tendenz steigend.

Quelle: <http://www.infranken.de/regional/lichtenfels/eBusiness-Lotse-Oberfranken-zeigt-Wege-in-die-digitale-Zukunft;art220,396158>