e-book

Steinbeis

WIFT
WOMEN IN FILM AND TELEVISION • GERMANY

#DMW
DIGITAL MEDIA WOMEN

# DOKUMENTATION & IMPRESSIONEN

## MEDIEN IN DER DIGITALISIERUNG – DEN WANDEL GESTALTEN!

29. November 2018
Steinbeis-Haus für Management und Technologie (SHMT)
Stuttgart-Hohenheim

Steinbeis-Edition

#MEDIWA18

# INTRO

Digitalisierung bedeutet einen großen Wandel der Arbeitswelt. In dem Maße, wie sich im Zusammenspiel der Fachbereiche immer neue Technologiekonvergenzen entwickeln, zeigen sich auch immer neue Netzwerkpotenziale. Es entstehen besondere Möglichkeiten, Zusammenarbeit auf allen Ebenen und Kanälen neu zu gestalten. Der Kommunikation kommt in diesem Kontext eine wachsende Bedeutung zu und die Medien spielen hierbei eine Schlüsselrolle: Die ständig wachsende Vielfalt und alltäglich gewordene Nutzung der Medien eröffnet in allen Bereichen von Gesellschaft, Wirtschaft und Politik ganz neue Chancen, stellt uns aber auch vor ganz neue Herausforderungen und Fragen.

Die Digitalisierung durchdringt alle Bereiche in Arbeitswelt und Gesellschaft und treibt den Wandel voran. Sie bringt zahlreiche neue Aufgaben und Rollen mit sich. Dieser Wandel bietet gerade auch für Frauen eine große Chance, um sich zu positionieren. So wie generell Diversity in Teams für die Fähigkeit zum Wandel ganz entscheidend ist. So profitieren Firmen, Institutionen und Behörden von mehr Diversity.

Die Steinbeis Netzwerkinitiative **„MEDIEN IN DER DIGITALISIERUNG – DEN WANDEL GESTALTEN!“** hat diese Themen aufgegriffen. Gemeinsam mit den Kooperationspartnerinnen Digital Media Women Stuttgart (DMWS) und dem Women in Film and Television Germany e.V. (WIFT) wurde am 29.11.2018 ein spannendes Programm präsentiert: Rund 100 interessierte Frauen und Männer kamen zu Workshops, Know-how-Austausch und Networking zusammen. Allen Beteiligten ging es nicht nur darum, den Wandel mitzugestalten sondern auch darum, weitere Partner für diese Themen kennenzulernen und gemeinsam sichtbar zu werden. Die Beteiligung an diesem Wandel ist wichtig, die Sichtbarkeit wird im Netzwerk deutlich einfacher. Diesen Anspruch hat die Veranstaltung wunderbar erfüllt – zahlreiche neue Kontakte sind geknüpft worden und Netzwerke wurden erweitert. Das Steinbeis-Haus für Management und Technologie in Stuttgart bot dafür in inspirierender Atmosphäre die passende Kulisse.

#MEDIWA18

# INHALTSVERZEICHNIS

**KOOPERATIONSPARTNER | Digital Media Women Stuttgart (#DMW)** ..... 4

**KOOPERATIONSPARTNER | Women in Film and Television Germany e.V. (WIFT)** ..... 4

**VERANSTALTER | Steinbeis** ..... 5

**Veranstaltungsteam** ..... 5

**Veranstaltungsprogramm** ..... 6

**Referentinnen und Moderatorinnen** ..... 7

**Rückblick** ..... 8

**Ausblick** ..... 8

**Impuls** ..... 9
Christine Regitz

**MeDiWa-Workshop-Sessions** ..... 16

**WORKSHOP | Den Wandel angehen: Digitale Arbeitswelten und analoge Unternehmenskultur** ..... 17
Moderation: Beate Wittkopp

**BLITZLICHT I** ..... 18
Kristin Maier-Müller

**BLITZLICHT II** ..... 18
Dr. Birgit Buschmann

**WORKSHOP | neue Medien, neue vielfalt in PR und Social Media** ..... 31
Moderation: Samira Djidjeh

**BLITZLICHT I** ..... 32
Simone Wieland

**BLITZLICHT II** ..... 32
Birgit Nüchter

**WORKSHOP | Gaming and game Thinking** ..... 45
Moderatorin: Nathalie da Silva

**BLITZLICHT I** ..... 46
Misti Frantzen

**BLITZLICHT II** ..... 46
Liliya Ivanova

**WORKSHOP | Digitalisierung als Herausforderung an die Ethik – privatheit und verantwortung** ..... 53
Moderatorin: Gerburg Joos-Braun

**BLITZLICHT I** ..... 54
Dr. Uta Müller

**BLITZLICHT II** ..... 54
Laura Schelenz

**WORKSHOP | Vielfalt der Rollen-Bilder?** ..... 67
Moderatorin: Birgit Nüchter

**BLITZLICHT I** ..... 68
Nicole Ackermann

**BLITZLICHT II** ..... 68
Kerstin Heiligenstetter

**WORKSHOP | Augmented Reality und Animation** ..... 73
Moderatorin: Hanna Schäfer

**BLITZLICHT I und II** ..... 73
Stefanie Larson
Regina Welker

**#MEDIWA18**

# KOOPERATIONSPARTNER: DIGITAL MEDIA WOMEN STUTTGART (#DMW)

Die **#DMW** arbeiten für mehr Sichtbarkeit von Frauen auf allen Bühnen – ob Konferenzen, Fachmedien oder Management Board. Frauen wollen und sollen gleichberechtigt teilhaben und sichtbar Einfluss nehmen: offen, respektiert und wegweisend. Über 130 aktive Ehrenamtliche aus neun Quartieren und über 23.000 Community Mitglieder engagieren sich in diesem Sinne und tragen dazu bei, die ständig wachsende Vielfalt und Nutzung der Medien aktiv zu gestalten.

Die **#DMW** haben als wichtige Vorbilder in der Medienbranche ein klares Ziel vor Augen:

- **#** Wir wollen in einer Welt leben, in der Vielfalt herrscht.
- **#** Wir wollen in einer Welt arbeiten, in der Frauen gleichberechtigt teilhaben und Einfluss nehmen.
- **#** Wir sehen im digitalen Wandel die größte Chance, diese Vision zu verwirklichen.

# KOOPERATIONSPARTNER: WOMEN IN FILM AND TELEVISION GERMANY E.V. (WIFT)

Der Women in Film and Television Germany e.V. (WIFT Germany) war als Geschäftsnetzwerk für Frauen in der Film- und Fernsehbranche sowie in den digitalen Medien ein wichtiger Partner bei der Ausrichtung und Durchführung der Veranstaltung. WIFT Germany vernetzt mehr als 13.000 Frauen in der Branche in 40 Ländern und bietet ein Forum für kontinuierlichen Austausch, kollegiale Unterstützung und professionelle Zusammenarbeit. Er ist mit vielen internationalen und nationalen film- und medienpolitischen Verbänden vernetzt.

Der Verein setzt sich für die Gleichstellung und die gleiche Bezahlung von Frauen und Männern in allen Bereichen der Medienbranche ein und engagiert sich für die Darstellung differenzierter Rollenbilder von Männern und Frauen in Film und Fernsehen. Damit trägt der Verein zur Erreichung des #mediwa-Ziels der vielfältigen Perspektiven bei.

#MEDIWA18

# VERANSTALTER: STEINBEIS

Steinbeis ist mit seiner Plattform ein verlässlicher Partner für Unternehmensgründungen und Projekte. Der Verbund unterstützt Menschen und Organisationen aus dem akademischen und wirtschaftlichen Umfeld, die ihr Know-how durch konkrete Projekte in Forschung, Entwicklung, Beratung und Qualifizierung unternehmerisch und praxisnah zur Anwendung bringen wollen. Über die Steinbeis-Plattform wurden bereits über 2.000 Unternehmen gegründet. Entstanden ist ein Verbund aus mehr als 6.000 Experten in rund 1.100 Unternehmen, die jährlich mit mehr als 10.000 Kunden Projekte durchführen. So werden Unternehmen und Mitarbeiter professionell in der Kompetenzbildung und damit für den Erfolg im Wettbewerb unterstützt.

Steinbeis

Ein großer Dank gebührt unserem Veranstalter Steinbeis, der auch in diesem Fall eine wunderbare Plattform für den offenen Austausch und potentielle neue Kooperationen bot. Die Vielfalt der Expertisen innerhalb des Steinbeis-Verbundes und in Zusammenarbeit mit innovativen und technologiegetriebenen Unternehmen vor allem in Baden-Württemberg wurde deutlich.

# VERANSTALTUNGSTEAM

Teil des Veranstaltungsteams waren vier Frauen aus Steinbeis-Unternehmen, die gemeinsam einen wertvollen Beitrag zur Konzeption, Organisation und Durchführung der #mediwa-Veranstaltung leisteten und somit die Rolle der Medien in dem durch die Digitalisierung getriebenen Wandel veranschaulichten.

Mit Blick auf die Zukunft und eine positive Veränderung, brachte die Veranstaltung **„MEDIEN IN DER DIGITALISIERUNG – DEN WANDEL GESTALTEN!“** die aktuellen und zukünftigen vielfältigen Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung zum Ausdruck.

Viel Freude beim Lesen wünschen:

- Beate Wittkopp | Steinbeis-Transferzentrum TransferWerk-BW
- Birgit Nüchter | Steinbeis-Beratungszentrum Führungskompetenz
- Nathalie da Silva | Steinbeis 2i GmbH
- Gerburg Joos-Braun | Steinbeis-Beratungszentrum IT Service Management

Steinbeis-Transferzentrum TransferWerk-BW

STEINBEIS 2i

Steinbeis-Beratungszentrum Führungskompetenz

Steinbeis-Beratungszentrum IT Service Management

#MEDIWA18

# VERANSTALTUNGSPROGRAMM

**13:00 Uhr** — **COME TOGETHER UND NETZWERKEN | MEETING SPACE (1.OG)**

**13:30 Uhr** — **IMPULS | PLENUM (1.01/1.02, 1. OG)**
» Christine Regitz, SAP SE

**14:00 Uhr** — **AUFTAKT | PLENUM (1.01/1.02, 1. OG)**
» Gesprächsrunde der Netzwerkpartnerinnen

**14:45 Uhr** — **WORKSHOP SESSION I**

### DEN WANDEL ANGEHEN: DIGITALE ARBEITSWELTEN UND ANALOGE UNTERNEHMENS-KULTUR

» **Blitzlicht I:** Kristin Maier-Müller (G. MAIER Elektrotechnik GmbH)

» **Blitzlicht II:** Dr. Birgit Buschmann (Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg)

» **Moderation:** Beate Wittkopp (Steinbeis-Transferzentrum TransferWerk-BW)

**2.01 | 2. OG**

### NEUE MEDIEN, NEUE VIELFALT IN PR UND SOCIAL MEDIA

» **Blitzlicht I:** Simone Wieland und Iris Bernotat (Digital Media Women Stuttgart)

» **Blitzlicht II:** Birgit Nüchter (Steinbeis-Beratungszentrum Führungskompetenz)

» **Moderation:** Samira Djidjeh (Digital Media Women Stuttgart)

**2.02 | 2. OG**

### GAMING UND GAME THINKING

» **Blitzlicht I:** Liliya Ivanova (Digital Media Women Stuttgart)

» **Blitzlicht II:** Misti Frantzen (Meister Cody)

» **Moderation:** Nathalie da Silva (Steinbeis 2i GmbH)

**0.38 | EG**

**16:15 Uhr** — **COFFEE BREAK | MEETING SPACE (1.OG)**

**16:30 Uhr** — **WORKSHOP SESSION II**

### DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG AN DIE ETHIK – PRIVATHEIT UND VERANTWORTUNG

» **Blitzlicht I:** Dr. Uta Müller (Universität Tübingen)

» **Blitzlicht II:** Laura Schelenz (Universität Tübingen)

» **Moderation:** Gerburg Joos-Braun (Steinbeis-Beratungszentrum IT Service Management)

**2.01 | 2. OG**

### VIELFALT DER ROLLEN-BILDER?

» **Blitzlicht I:** Nicole Ackermann (Women in Film and Television Germany e.V.)

» **Blitzlicht II:** Kerstin Heiligenstetter (She´s Mercedes, Daimler AG)

» **Moderation:** Birgit Nüchter (Steinbeis-Beratungszentrum Führungskompetenz)

**2.02 | 2. OG**

### AUGMENTED REALITY UND ANIMATION

» **Blitzlicht I:** Regina Welker (Woodblock.tv, EAGLE EYE Filmproduktion)

» **Blitzlicht II:** Stefanie Larson (Animation Media Cluster Region Stuttgart)

» **Moderation:** Hanna Schäfer (Steinbeis 2i GmbH)

**0.38 | EG**

**18:00 Uhr** — **AUF EINEN BLICK | PLENUM (1.01/1.02, 1. OG)**
» Rückblick auf die Workshops

**ab 18:30 Uhr** — **GET TOGETHER | MEETING SPACE (1.OG)**
» Netzwerken und spannende Gespräche bei einem Imbiss

**#MEDIWA18**

## REFERENTINNEN UND MODERATORINNEN

**Nicole Ackermann**
Vorstandsvorsitzende von Women in Film and Television Germany e.V.

**Dr. Birgit Buschmann**
Leiterin des Referats „Wirtschaft und Gleichstellung" im Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg

**Samira Djidjeh**
Quartiersleitung bei den Digital Media Women Stuttgart, Creative Director, green-boxx animation

**Kerstin Heiligenstetter**
Head of She´s Mercedes, Daimler AG

**Gerburg Joos-Braun**
Leiterin des Steinbeis-Beratungszentrums IT Service Management

**Kristin Maier-Müller**
Geschäftsführerin G. MAIER Elektrotechnik GmbH, Vorstandsmitglied der Elektroinnung Reutlingen

**Birgit Nüchter**
Leiterin des Steinbeis-Beratungszentrums Führungskompetenz

**Hanna Schäfer**
Events & Communications Manager at Steinbeis 2i GmbH

**Regina Welker**
Creative Director & Director bei Woodblock.tv und Director EAGLE EYE Filmproduktion

**Beate Wittkopp**
Leiterin des Steinbeis-Transferzentrums TransferWerk-BW

**Iris Bernotat**
PR und Digital Relations, Digital Media Women Stuttgart

**Nathalie da Silva**
Projektleiterin für Innovationsmanagement und Gendered Innovation Expertin bei der Steinbeis 2i GmbH

**Misti Frantzen**
CEO of Meister Cody

**Liliya Ivanova**
Team Lead & Consultant User Experience, KI Group GmbH, Digital Media Women Stuttgart

**Stefanie Larson**
Leiterin Animation Media Cluster Region Stuttgart

**Dr. Uta Müller**
Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Internationalen Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW) der Universität Tübingen

**Christine Regitz**
Vice President User Experience und Mitglied im Aufsichtsrat der SAP SE, Mitglied des Kuratoriums der Steinbeis-Stiftung

**Laura Schelenz**
Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bereich „Gesellschaft, Kultur und technischer Wandel" des Internationalen Zentrums für Ethik in den Wissenschaften (IZEW) der Universität Tübingen

**Simone Wieland**
Orgamitglied bei den Digital Media Women Stuttgart, Head of Brand Management & Digital Marketing, BHSG/Continental

**www.steinbeis.de/MeDiWa**

192154-2018-11 | © TV: © istockphoto.com/elimaksan | Laptop: © Jan Wittkopp | iPad: © istockphoto.com/filo | iPhone: © istockphoto.com/caracterdesign

**#MEDIWA18**

# RÜCKBLICK

Der Transfer bildet im besten Sinne den Kern aller Steinbeis-Aktivitäten: Immer geht es darum, Wissen, Erfahrung, Inspiration und Motivation in wertvolle und wertschätzende Beziehungen zu bringen und innovative Netzwerke zu bilden. Dieses Anliegen hat im Kontext der Digitalisierung noch eine viel größere Bedeutung. Es geht um die Interaktionen zwischen Wissenschaft, Entwicklung und praktischer Anwendung am Markt und dabei auch gerade um die Überschneidungen zwischen Branchenwelten. Denn hier sind erfahrungsgemäß große Innovationspotenziale, vielfältige Impulse und neue Inspirationen zu gewinnen.

Dieser Blickwinkel und unsere Erfahrungen aus eben solchen branchenübergreifenden Transferprojekten und Konstellationen führten uns als Steinbeis-Unternehmerinnen zusammen. Aufsetzend auf der Erfahrung aus der DaSi-Initiative „Die andere Sicht auf das Innovieren" aus 2017, die die Bedeutung der Expertisen von Frauen im Steinbeis-Verbund im Fokus hatte, einte uns das Ziel, die Sichtbarkeit der Chancen und Erfahrungen gerade von Frauen in der Digitalisierung zu erhöhen. Aus unserer Sicht kommt in der Netzwerk-Dynamik den Medien eine Schlüsselrolle zu. Dies gilt sowohl in der Arbeitswelt als auch auf gesellschaftlicher Ebene.

Die Kooperation zwischen **Steinbeis**, den **DIGITAL MEDIA WOMEN (DMW)** und den **WOMEN IN FILM AND TELEVISION (WIFT) Germany** bot hier interessante Möglichkeiten, verschiedene Perspektiven abzubilden – auf Rollen und Aufgaben vor und hinter der Kamera, auf die Entwicklung und Anwendung medialer Techniken und auf den Kulturwandel, der diese flankiert. Professionelle Akteurinnen boten zusammen ein ganz besonderes Programm in einem ganz besonderen Ambiente – der Austausch gelang mit großer Begeisterung.

Im Rückblick bedanken wir uns als Veranstalterinnen zunächst noch einmal sehr bei allen Beteiligten für das Engagement, die Kreativität und den Mut zum offenen Austausch.

# AUSBLICK

Aus unserer Sicht zeigte diese Veranstaltung eindrucksvoll auf, wie wichtig es ist, ein Aufeinandertreffen verschiedener Szenen in offenen Formaten zu ermöglichen und gemeinsam Raum und Chancen für Neues zu schaffen. Über die Vielzahl der Kontakte hinaus wünschen wir uns, dass aus diesen Kontakten auch Verbindungen, neue Perspektiven und Ideen ihren Weg finden, die wir wiederum gern verstärken und wieder sichtbar machen. Wir haben aus dieser Veranstaltung die Überzeugung mitgenommen, als Steinbeis-Unternehmerinnen auch die Rolle zu haben, diese Verbindungen anzustoßen und Brücken zu bauen. In diesem Sinne möchten wir das Thema Digitalisierung und Wandel als *DIWA-Initiative im Blick und auf den Podien behalten und gehen in die Planung für den nächsten Szene-Treff!

**#MEDIWA18**

# IMPULS

**CHRISTINE REGITZ**
Vice President User Experience und Mitglied im Aufsichtsrat der SAP SE,
Mitglied des Kuratoriums der Steinbeis-Stiftung

Christine Regitz eröffnete die Veranstaltung mit einem faszinierenden Einblick in die Arbeitswelt und die Veränderungen der SAP. Sie stellte dabei sehr persönlich und authentisch dar, wie sich gerade auch durch den vielfältigen Medieneinsatz Arbeitsplatz, Abläufe, der Auftritt am Markt oder auch Formate der jobintegrierten Weiterqualifizierungen weiter entwickeln. Ebenso entwickelt und verändert sich die Interaktion zwischen den Mitarbeitern. Dadurch, dass Laptop, Smartphone und Kopfhörer heutzutage in vielen Berufen bereits einen vollwertigen Arbeitsplatz darstellen, gibt es die Chance ortsunabhängiger zu arbeiten. Damit ist eine neue Art des vernetzten und globalen Arbeitens möglich. Es ist naheliegend, dass bei aller Flexibilität und Entgrenzung dem Thema Selbstmanagement eine größere Bedeutung zukommt.

#MEDIWA18

## Die Transformation unterschätzt …

"Die weltweite Nachfrage nach Kraftfahrzeugen wird eine Million nicht überschreiten, allein schon aus Mangel an verfügbaren Chauffeuren."
(Gottlieb Daimler, 1901)

"Ich denke, dass es einen Weltmarkt für vielleicht fünf Computer gibt."
(Thomas Watson, Chef von IBM, 1943)

"Es gibt keinen Grund, warum irgendjemand einen Computer in seinem Haus haben wollen würde."
(Ken Olson, Gründer von DEC, 1977)

„Das Internet wird nicht mehr Einfluss haben auf die Wirtschaft als das Faxgerät."
(Nobelpreisträger Paul Krugman, 1998)

„500 Dollar? Das ist das teuerste Telefon der Welt. Und es spricht Business-Nutzer überhaupt nicht an, weil es keine Tastatur hat. Damit ist es keine besonders gute Mail-Maschine".
(Microsoft-Chef Steve Ballmer, 2007)

© 2018 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved. I PUBLIC

**„Die größte Gefahr in Zeiten der Veränderung ist nicht die Veränderung an sich, sondern das Handeln mit der Logik von gestern."**
(Peter F. Drucker)

**„Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt schnellere Pferde."**
(Henry Ford)

© 2018 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved. I PUBLIC




#MEDIWA18

## Die SAP 1994

### 1994

**SAP R/3 und Microsoft**

Das System R/3 wird auf Windows NT für den Markt freigegeben. Bereits einen Monat später nutzt ein Schweizer Unternehmer SAP R/3 auf Windows NT produktiv.

**Partner sind auch Kunden**

Auch die IBM Cooperation, langjähriger Partner der SAP, nutzt das System R/3 weltweit für die Steuerung der Unternehmensprozesse. Der IBM-Vertrag ist der größte in der mittlerweile 23-jährigen Geschichte der SAP.

**Verstärkung im Handel**

Mit dem Erwerb einer 52-prozentigen Beteiligung an der DACOS Software GmbH stärkt die SAP ihre Entwicklungsarbeiten an einer Handelslösung des Systems R/3.

**Kennzahlen**

Der Umsatz ist auf 1,8 Milliarden DM gestiegen; davon stammen 34,3 Prozent aus Amerika. Am Jahresende sind 5.229 Mitarbeiter bei der SAP beschäftigt.

**In fernen Ländern**

Mit Präsentationen in Peking, Shanghai und Tianjin beginnt die SAP ihre Marktaktivitäten im chinesischen Markt. Die 19. internationale Gesellschaft wird in Mexico City eröffnet.

https://www.sap.com/corporate/de/company/history.1991-2000.html#1991-2000

© 2018 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved. I PUBLIC

4

## Mein Arbeitsplatz 1994

"Anwesenheit"

© 2018 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved. I PUBLIC

5



#MEDIWA18

## Die SAP heute

**413,000+**
Customers

**94,900+**
Employees

**18,300+**
Partners

**25**
Industries

**€23.77B**
Revenue in 2017

**92%**
of the Forbes Global 2000 are SAP Customers

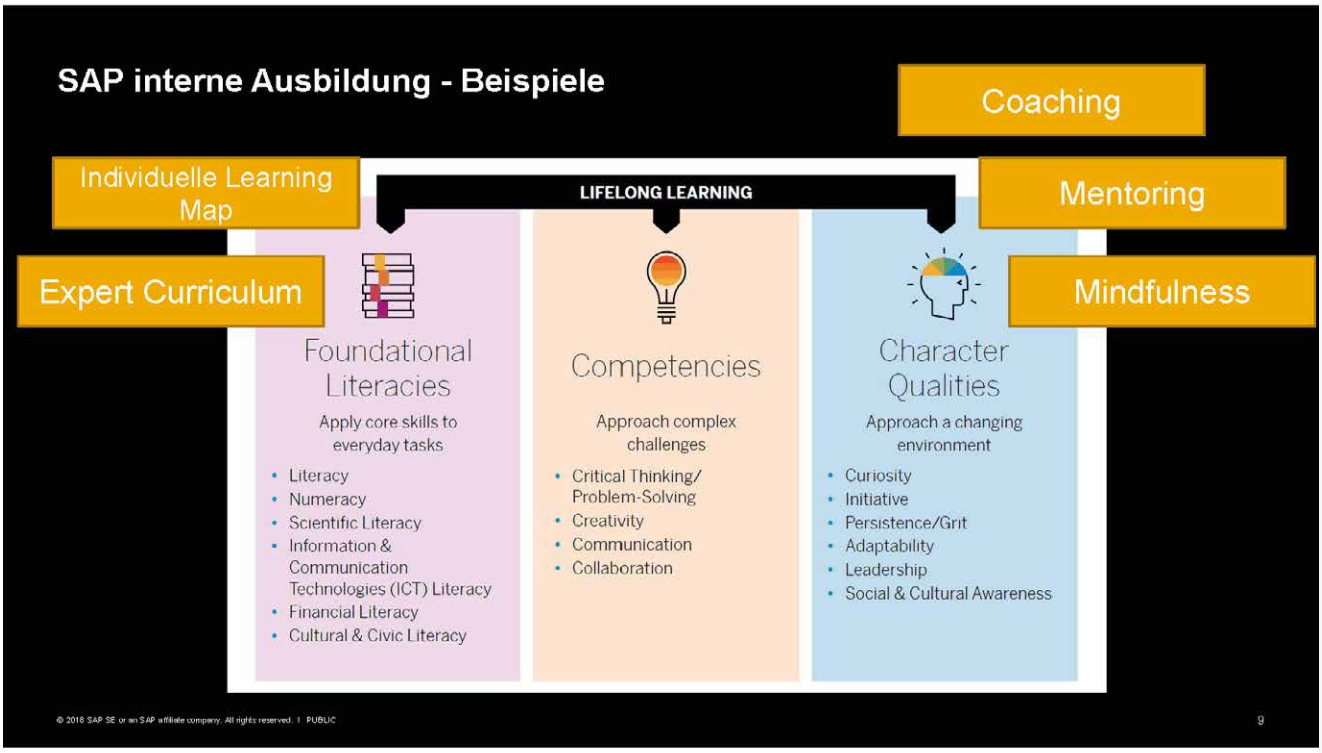
**#28**
of Fortune's 2017 top 100 places to work

**180+**
Countries

6

#MEDIWA18

SAP Digital Boardroom
Suppliers & Networks
Customer Experience
The Digital Core
SAP S/4 HANA
Security


SAP interne Ausbildung - Beispiele
Coaching
Individuelle Learning Map
LIFELONG LEARNING
Mentoring
Expert Curriculum
Mindfulness
Foundational Literacies
Apply core skills to everyday tasks
Literacy
Numeracy
Scientific Literacy
Information & Communication Technologies (ICT) Literacy
Financial Literacy
Cultural & Civic Literacy
Competencies
Approach complex challenges
Critical Thinking/ Problem-Solving
Creativity
Communication
Collaboration
Character Qualities
Approach a changing environment
Curiosity
Initiative
Persistence/Grit
Adaptability
Leadership
Social & Cultural Awareness
© 2018 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved. I PUBLIC
9

#MEDIWA18

## MOOCs, POOCs, SPOCs - ABKÜRZUNGEN FÜR EINGEWEIHTE

OpenSAP = MOOC

### Was ist openSAP?

openSAP bietet kostenlose Online-Kurse, die Ihnen helfen, in der digitalen Transformation zu bestehen. Erfahren Sie von SAPs neuesten Innovationen und lernen Sie von globalen Thought Leaders.

Alles, was Sie angeben müssen, ist eine E-Mail-Adresse.

Mehr erfahren

© 2018 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved. I PUBLIC

https://open.sap.com



## Self-Paced Training

### SAP E-Learning (Zugriff auf einzelne Kurse)

SAP E-Learning (Zugriff auf einzelne Kurse) ist ein ständig wachsender Katalog von E-Learning-Angeboten: interaktive, webbasierte Kurse, die es Ihnen ermöglichen, rechtzeitig und zielgerichtet auf die Anforderungen Ihres Unternehmens einzugehen. Sie entscheiden, wann und wo Sie ihre Ausbildung absolvieren. Dabei können Sie die Lerneinheiten beliebig oft wiederholen. Jeder E-Learning-Kurs wird für sechs Monate angeboten. Durch die Reduzierung des Reiseaufwands beim Einsatz von E-Learning können Sie in Ihrem Unternehmen erhebliche Zeit- und Kosteneinsparungen realisieren.

E-Learning-Kurse beinhalten hocheffektive Unterrichtselemente und Simulationen auf Basis realer Geschäftsszenarien. Mit diesen Kursen erhalten Anwender ein fundiertes Verständnis dafür, wie sie sich in SAP-Lösungen zurechtfinden und wie SAP-Lösungen ihre rollenabhängigen Geschäftsprozesse und individuellen Ziele unterstützen können - ebenso wie ihre Unternehmensstrategie.

Trainings ansehen

### SAP E-Academy

SAP E-Academy ist ein auf E-Learning-Lösungen basierendes Schulungspaket, das es Ihnen ermöglicht, Kenntnisse in bestimmten SAP-Lösungsbereichen zu erwerben oder sich auf eine Zertifizierungsprüfung vorzubereiten. Mit SAP E-Academies haben Sie zwischen einem (1) und fünf (5) Monaten Zugang zu einer Lernumgebung, die Ihnen das Selbststudium ermöglicht:

- **Online-Lerninhalte** - Die Kursinhalte werden in einem E-Learning-Format geliefert, das aus Präsentationsfolien mit Audiokommentar, Systemdemonstrationen/Praxis-Simulationen, Folienmitzen und Tipps für Mentoren besteht.
- **SAP-Schulungssysteme** - Die Teilnehmer können die Live-Trainingssysteme selbst aktiv nutzen, um ihre eigenen Geschäftsprozessszenarien zu testen. Übungen aus dem Handbuch des Studentenhandbuchs zu vervollständigen und Demonstrationen anzuschauen.
- **Teilnehmerhandbuch** - Jeder registrierte Teilnehmer erhält Zugang zu einer elektronischen Version des Schulungshandbuchs.
- **Help Desk-Unterstützung** - Der Helpdesk-Support steht Ihnen während der gesamten Lernzugriffszeit zur Verfügung. Alle Anfragen werden innerhalb von 24 Stunden von Montag bis Freitag beantwortet. Die

### SAP Learning Hub

Unbegrenzter Cloud-basierter Zugriff auf eine umfassende Wissensdatenbank zum Aufbau von SAP-Kenntnissen, unter anderem durch

- selbstbestimmte digitale Lerninhalte, wie z.B. Lernreisen und eBooks,
- von Experten geführte soziale Lernforen
- Zugang zu vorkonfigurierten Schulungssystemen für die Praxis.

Wählen Sie die SAP Learning Hub Professional Edition, die eine Vielzahl von SAP-Lösungen mit optionalem SAP Live Access abdeckt und ideal für Kunden mit zwei oder mehr SAP-Anwendungen ist. Wenn Sie sich in nur einem SAP-Anwendungsbereich weiterbilden möchten, bietet Ihnen die SAP Learning Hub Solution Edition diesen Schwerpunkt und zusätzlich 10 Stunden SAP Live Access. Die SAP Learning Hub Solution Edition ist verfügbar für SAP S/4HANA Cloud, Cloud- und Datenplattformen, Procurement and Networks, Analytics, Customer Engagement and Commerce, IOT und Digital Supply Chain, Human Resources und Finance.

Mehr erfahren

© 2010 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved. I PUBLIC

https://training.sap.com/self-paced-training





#MEDIWA18

## Die digitale Transformation – und die Frauen?

Neue Freiheiten und Herausforderungen durch flexible Arbeitszeiten

- Verfügbarkeitserwartung
- Selbstdisziplin

Plattformen-Ökonomie / crowd sourcing – die andere Seite des „home office“

Medien vermitteln teilweise Rollenbilder des (vor)letzten Jahrhunderts - Regression

Machine Learning: bestehender Bias wird in der virtuellen Welt manifestiert

© 2018 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved. I PUBLIC



# Thank you.

Contact information:

**Christine Regitz**
SAP SE
Vice President & Mitglied des Aufsichtsrats
christine.regitz@sap.com

xing.com/profile/Christine_Regitz

LinkedIn.com/in/christine-Regitz

THE BEST RUN SAP

# MEDIWA-WORKSHOP-SESSIONS

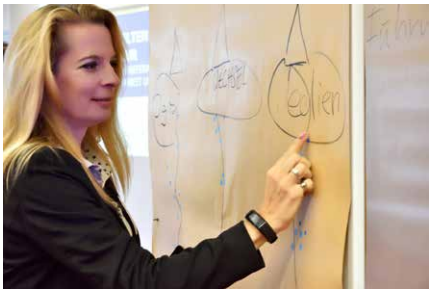
Die Digitalisierung wurde zunächst als Technologietreiber wahrgenommen. Mittlerweile ist klar, das sich mit dieser Transformation unsere Arbeitswelt und Gesellschaft ganz entscheidend verändert. Und noch nie gab es so vielfältige Möglichkeiten, diesen Wandel mitzugestalten!

Der Interaktion kommt hier eine zentrale Rolle zu – entscheidend sind die Werkzeuge und Wege der Kommunikation – wir zeigen, wie die Medien in ihrer Vielfalt den Wandel prägen.

**#MEDIWA18**

# WORKSHOP | DEN WANDEL ANGEHEN: DIGITALE ARBEITSWELTEN UND ANALOGE UNTERNEHMENSKULTUR

**MODERATION: BEATE WITTKOPP**
Leiterin des Steinbeis-Transferzentrums TransferWerk-BW



Die Digitalisierung treibt nicht nur innovative Technologietransformationen voran, sondern führt auch zu einem tiefgreifenden Wandel unserer Arbeitswelt und der Rahmenbedingungen:

- Zusammenarbeiten in Netzwerken
- Teilen von Wissen und Informationen
- Neue Formate und Werkzeuge der Kommunikation
- Flexible interne und externe Arbeits- und Kollaborationsmodelle
- Wachstum ist zunehmend geprägt durch Entgrenzung – in Zeit, Ort, Fachdisziplinen, Generationen, Hierarchien, Bereichen, Organisationen, Unternehmen, Kulturen, Märkten,...

Diese Fülle an Möglichkeiten fordert aber auch eine Fülle an (neuen) Kompetenzen und Expertisen! Hier entsteht ein kreativer Spannungsbogen – nicht immer ist das Neue besser! Es gilt, die Balance und den spezifischen Weg zu finden, einerseits die Erfahrung und das Wissen zu nutzen, andererseits neue Fähigkeiten zuzulassen und einzusetzen.

Die Herausforderungen liegen darin, die Mitarbeiter nicht nur mitzunehmen, sondern ihnen chancengleich Möglichkeiten zur Mitgestaltung und Weiterentwicklung zu bieten. Dann können Unternehmen die großen Chancen und neuen Geschäftsmodelle und Partnerschaften am Markt nutzen.

Das erste Blitzlicht im Workshop bot Erfahrungen und Beispiele aus der Unternehmenspraxis. Das zweite Blitzlicht eröffnete die Perspektive auf Strategie und Aktivitäten des Landes, um diesen Wandel chancenorientiert zu unterstützen.

#MEDIWA18

# BLITZLICHT I

**KRISTIN MAIER-MÜLLER**
G. Maier Elektrotechnik GmbH | Geschäftsführerin

- Basis unserer Unternehmenskultur ist unsere Identität, die im Wesentlichen aus den seit unserer Gründung im Jahr 1934 entwickelten und in fast 85 Jahren erprobten „schwäbischen" Stärken erwächst: „Handwerkskunst" sowie „Qualität und Schnelligkeit".

- Unsere Identität gibt uns die Sicherheit, dass wir auch im Zeitalter der Digitalisierung zukunftsfähig bleiben. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der G. MAIER Elektrotechnik GmbH spüren diese Sicherheit und genießen das Vertrauen, dass sie mit ihren Leistungen zum Erfolg des Unternehmens beitragen: „WIR alle sind die Firma MAIER und gemeinsam sind wir stark!"

# BLITZLICHT II

**DR. BIRGIT BUSCHMANN**
Leiterin Referat Wirtschaft und Gleichstellung, Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg

Die digitale Transformation braucht kollektive Intelligenz und Diversity!
... sie ist kein Selbstläufer, sondern eine Gestaltungsaufgabe,
... sie verlangt von Mitarbeitenden und Führungskräften neues Denken (Digitales Mindset) und neue Formen der Zusammenarbeit,
... sie muss gemeinsam im Interesse aller Menschen gestaltet werden.

Diversity und Mitgestaltung von Frauen spielen dabei eine zentrale Rolle.



#MEDIWA18

# DIGITALE ARBEITSWELTEN UND ANALOGE UNTERNEHMENSKULTUR

KRISTIN MAIER-MÜLLER, G. MAIER ELEKTROTECHNIK GMBH

G. MAIER

## Wer wir sind und was wir tun

- Familienunternehmen mit Sitz in Reutlingen, gegründet 1934
- ca. 30 Mitarbeiter (davon 5 Auszubildende)
- 5,4 Mio. EUR Umsatz in 2017/2018
- 2 Geschäftsbereiche: Antriebstechnik und Elektrowärme

SMART SERVICE

#MEDIWA18

MAIER

## Antriebstechnik: „Alles aus einer Hand“

- Kundenspezifische Antriebsauslegung
- Motoren, Pumpen, Frequenzumrichter etc. ab Lager
- Schaltschrankbau, SPS- und Visualisierungsprogrammierung
- Fernwartung und MAIER SmartService
- Service und Wartung
- Retrofit (Fabrikatsunabhängige Modernisierung von Anlagen)

MAIER

## Elektrowärme: Energieeffiziente Lösungen

- Heizelemente und Komponenten
- Industrieheizplatten, Heiztische
- Elektro-Lufterhitzer
- Wärmetunnel u.a. komplette Anlagen mit modular aufgebauter Steuerungs-/ Regelungstechnik MAIER WT4.0

SMART SERVICE

#MEDIWA18

## Darauf legen wir Wert …

- Schnelligkeit und Qualität mit dem Wissen um die eigenen, für die Kunden relevanten Stärken.
- Wir verbinden Handwerkskunst mit den Chancen der Digitalisierung
- Unser Motto: „WIR alle sind die Firma MAIER und gemeinsam sind wir stark!“

*„Menschen sind Sinnsucher, Marken sind Sinnstifter“*
*Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch*

## Das ist unser Weg…

- Seit der Gründung 1934 passen wir unser Unternehmen an sich ändernde Bedingungen erfolgreich an.
- Wir beschäftigen viele langjährige Mitarbeiter.
- In 2018 erhielten wir zum dritten Mal seit 2014 die Innovationsgutscheine A und B des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg
- Gründung der EMA SmartService GmbH in 2018

SMART SERVICE → EMA SMART SERVICE

#MEDIWA18

Steinbeis

WIFT
WOMEN IN FILM AND TELEVISION · GERMANY

#DMW
DIGITAL MEDIA WOMEN

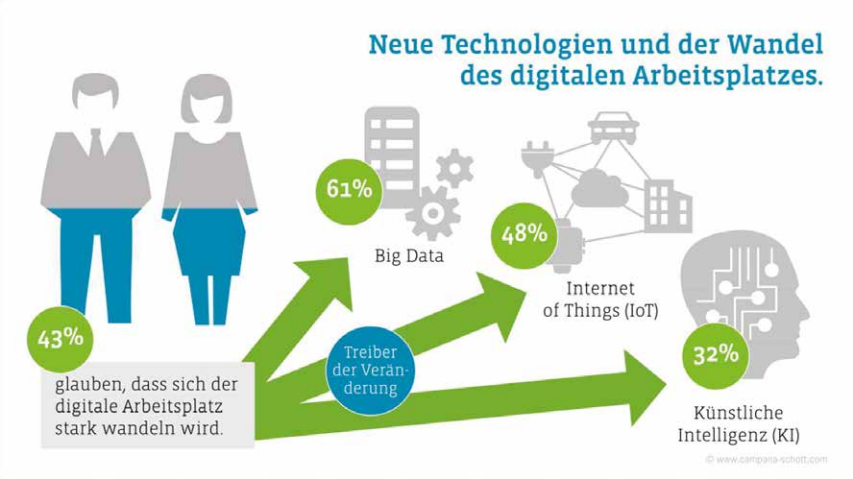
#MEDIWA18

# DIGITALE ARBEITSWELTEN UND ANALOGE UNTERNEHMENSKULTUR

DR. BIRGIT BUSCHMANN, LEITERIN REFERAT WIRTSCHAFT UND GLEICHSTELLUNG, MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU BADEN-WÜRTTEMBERG

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

## Digitalisierung verändert die Arbeitswelt




Quelle: Prof. Dr. Swetlana Franken

- Automatisierung, Robotisierung, Algorithmen
- Flexibilisierung von Arbeitszeit, Arbeitsort und Arbeitsaufgaben
- Agilität in Strukturen, Prozessen, Methoden
- …erfordert neue Kompetenzen
- ….und ein neues Führungsverständnis

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

#MEDIWA18

## Digitalisierung verändert Unternehmensorganisation

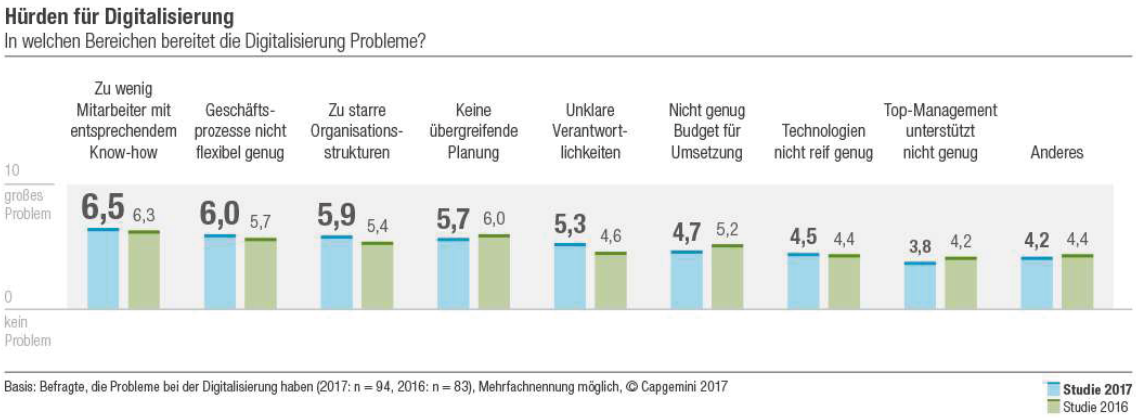
- Digitalisierung verändert nicht nur die Technik, sondern Unternehmen als Ganzes.
- Hierarchische Strukturen werden abgeflacht, Formen der Zusammenarbeit verändern sich (agiles, vernetztes Arbeiten in verteilten Teams), Mitarbeitende werden immer stärker gefordert.
- Diese Entwicklung verlangt von den Führungskräften ein neues Denken und einen neuen Führungsstil: mehr Leadership, Partizipation, Kommunikation und Beziehungsarbeit, Inspiration, Delegieren.

→ Gerade Frauen verfügen oft aufgrund ihrer Sozialisation über diese Fähigkeiten.

Quelle: Prof. Dr. Swetlana Franken https://women-ressource4-0.de/

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

## Hindernisse für die digitale Transformation




Capgemini Studie 2017, http://mc.capgemini.de/magazin/it-trends/digitalisierung/

Der Fachkräfteengpass in MINT-Berufen und der Mangel an digitalen und IT-Kompetenzen der Beschäftigten bilden zentrale Hindernisse für die Digitalisierung.

Quelle: Prof. Dr. Swetlana Franken

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



#MEDIWA18

## Initiative Wirtschaft 4.0 fördert branchenübergreifend und flächendeckend Digitalisierung von KMU

**Partnerkreis aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden, Kammern und Sozialpartnern**

**Kleine und mittlere Unternehmen**
Dabei sollen neben „digitalen Neulingen“ auch „digitale Mitte“ und „digitale Pioniere“ gefördert werden

**Branchenübergreifend**
Initiative Wirtschaft 4.0 fördert Digitalisierung für Unternehmen aller Branchen: z.B. Verarbeitendes Gewerbe, Handwerk, Dienstleistungen, IT-Wirtschaft, Hotel- und Gastgewerbe, Handel, Logistik, Kreativwirtschaft

**In der ganzen Fläche des Landes**
Initiative Wirtschaft 4.0 fördert Digitalisierung der Wirtschaft in Ballungsräumen und im ländlichen Raum

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

## Initiative Wirtschaft 4.0 als wesentlicher Baustein der ressortübergreifenden Digitalisierungsstrategie digital@bw

digital@bw

- Digitalisierung ist zentraler Arbeitsschwerpunkt der Landesregierung
- In dieser Legislaturperiode wird rd. 1 Mrd. Euro in Digitalisierung investiert
- Ressortübergreifende Digitalisierungsstrategie „digital@bw“ mit „Initiative Wirtschaft 4.0“ als wesentlichem Bestandteil

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

#MEDIWA18

## Initiative Wirtschaft 4.0 ist „Dach“ und kommunikative Klammer der WM-Aktivitäten zur Digitalisierung der Wirtschaft

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

## Mit dem Portal „Wirtschaft digital BW“ Überblick über Förderangebote, Best-Practice-Beispiele und Ansprechpersonen gewinnen

www.wirtschaft-digital-bw.de

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



#MEDIWA18

## Mit der Initiative Wirtschaft 4.0 die Wirtschaft zielgruppengenau bei der Digitalisierung unterstützen

**„Digitale Neulinge“**

- Digitallotsen
- Industrie 4.0-Scouting
- Digitalisierungsprämie
- Digitales Innovationszentrum

**„Digitale Mitte“**

- Regionale Digital Hubs
- Lernfabriken 4.0
- Digitale Transferprojekte
- Business Innovation Engineering Center

**„Digitale Pioniere“**

- de:hubs
- Regionale Digital Hubs
- Start-up BW, u.a. mit
  - Start-up BW Accelerators
  - Start-up BW Finance

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

## Landesinitiative "Frauen in MINT-Berufen"

**ZIELE seit 2010:**

- mehr Mädchen und Frauen für MINT-Berufe gewinnen
- Attraktivität der MINT-Berufe für Frauen steigern
- Wiedereinstiegs- und Karrierechancen für Frauen erhöhen
- strukturelle Rahmenbedingungen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessern
- Ausstiegs- und Abbruchquoten verringern

www.mint-frauen-bw.de

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



#MEDIWA18

## Landesinitiative "Frauen in MINT-Berufen"

### Maßnahmen

- Aufbau eines landesweiten Partnernetzes
- Bündnis „Frauen in MINT-Berufen“ seit 4.7.2011
- Entwicklung und Umsetzung eines gemeinsamen Aktionsprogramms und Bausteinkonzepts
- Durchführung einer Kampagne
- Portal www.mint-frauen-bw.de
- Expertengespräche, Veranstaltungen und Kongresse
- Projekte zur Berufsorientierung, Karriereförderung, Reduzierung Drop-out, Wiedereinstieg
- Wettbewerbe
- Messebeteiligungen

**54 Bündnispartner:**
- Arbeitgeberverbände/ Gewerkschaften
- Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion Baden-Württemberg, Kammern, Berufs- und Branchenverbände, Frauennetzwerke, Kontaktstellen Frau und Beruf, Hochschulen, Forschungseinrichtungen,Unternehmen, Stiftungen, Clusterorganisationen
- Wirtschaftsförderungsgesellschaften, Science Center

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

## Mensch als Erfolgsfaktor der Digitalisierung

- Dass es bei der Digitalisierung nicht nur (und nicht primär) um die Technik geht, zeigt die PwC Studie „Digital Factories 2020 “ (2017).

- Rund die Hälfte der Befragten räumt ein, dass ihre **Mitarbeitenden** dem digitalen Wandel **nicht offen** gegenüber stehen (49 Prozent) und dass ihrem Unternehmen eine echte **digitale Kultur fehlt** (52 Prozent).

**Der Erfolg der digitalen Transformation ist von der Führung und einer Unternehmenskultur abhängig, die die Menschen in den Mittelpunkt stellt.**

PwC 2017: Trend zur digitalen Fabrik stärkt den Industriestandort Deutschland (Internet: https://www.pwc.de/de/pressemitteilungen/2017/trend-zur-digitalen-fabrik-staerkt-den-industriestandort-deutschland.html

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



#MEDIWA18

## Analoge Unternehmenskultur vs. Diversity

Heterogene Teams

- mehr Ideenreichtum und höhere Kreativität.
- bessere Leistungen bei der Problemidentifikation und Entwicklung alternativer Lösungsvorschläge.
- mehr Perspektiven und Innovation
- Vielfalt in Unternehmen steigert Qualität von Entscheidungen, weil mehr Blickwinkel einbezogen werden

Matthias Horx, 2011: Megatrend Frauen

Bührer, Susanne, Hufnagel, Miriam, Schraudner, Martina, 2009:
Frauen im Innovationssystem – im Team zum Erfolg.

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

## Wertewandel und Erwartungen der Gen Y und Z

- flache Hierarchien und sinnvolle Tätigkeit
- partnerschaftliche Führung, Feedback
- Work life Balance, Zeitautonomie
- Möglichkeiten der Weiterentwicklung
- Veränderung der gesellschaftlichen Rollenerwartungen
- Vielfalt in Lebens- und Berufsmodellen

⇨ Wandel der Arbeit und Führung

Quelle: Weißbuch Arbeiten 4.0, BMAS, S. 34

Baden-Württemberg
STERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

#MEDIWA18

## Digitalisierung und Chancengleichheit – Maßnahmen des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau

### 2. Wirtschaftsforum "Digitale Zukunft – chancenreich und chancengleich“

am 5. Oktober 2018 in Stuttgart

- Podiumsdiskussion
- Zukunftsforen
- Workplace 4.0 – interaktive Messe-Ausstellung
- Work Lab – Design Thinking Studio
- Auftaktveranstaltung der Frauenwirtschaftstage mit Liveschaltung ins Silicon Valley

### Girls` Digital Camps

Zielgruppe: Schülerinnen ab Klasse 6

- Digitalwerkstätten in Kooperation mit Schulen
- vertiefende Camps
- Einbindung von Unternehmen & Role Models

### Modellprojekt „familyNET 4.0“

- Information und Beratung von Unternehmen über die Chancen der Digitalisierung für eine familienbewusste und lebensphasenorientierte Personalpolitik
- Projektträger: Berufliche Bildung gGmbH, BBQ

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

## Fazit: Digitale Transformation braucht kollektive Intelligenz und bringt Chancen für Diversity und Frauen!

- ….ist kein Selbstläufer, sondern eine **Gestaltungsaufgabe**.
- … verlangt von Mitarbeitenden und Führungskräften **neues Denken (Digitales Mindset)** und neue Formen der Zusammenarbeit
- **…Arbeitswelt 4.0** muss gemeinsam im Interesse aller Menschen gestaltet werden, Diversity und Mitgestaltung von Frauen spielen dabei eine zentrale Rolle.

Bildquelle: Deutsche Welle, http://www.dw.de/image/0,,17230615_303,00.jpg

*„Kultur ist wichtigste Ressource erfolgreicher Organisationen gerade in veränderungsreichen Zeiten“*

Quelle: FhG IAO, Digital Leadership

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



#MEDIWA18

## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Birgit Buschmann
Referatsleiterin Wirtschaft und Gleichstellung
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau

E-Mail: birgit.buschmann@wm.bwl.de
Tel.: 0711 123-2233
**www.wm.baden-wuerttemberg.de**
**www.mint-frauen-bw.de**
**www.frauundwirtschaft-bw.de**

Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



#MEDIWA18

# WORKSHOP | NEUE MEDIEN, NEUE VIELFALT IN PR UND SOCIAL MEDIA

**MODERATION: SAMIRA DJIDJEH**
Quartiersleiterin Digital Media Women e.V.

Im Workshop wurden in drei Gruppen intensiv über drei Megatrends diskutiert und Erfahrungen ausgetauscht:

- Audio- und Videosearch (Best practices, Chancen und Risiken)
- Social Streaming
  (Neue Möglichkeiten für Content Marketing, Chancen generell)
- Micro Influencer (Erfahrungen und Vorteile)

**#MEDIWA18**

# BLITZLICHT I

**SIMONE WIELAND**
Brand Managerin und Digital Media Expertin

Simone Wieland ordnet im Workshop die neuesten Trends ein:
Weltweit gibt es 7,6 Milliarden Menschen, davon nutzen 4,2 Milliarden das Internet. Es gibt 3,03 Milliarden aktive Nutzer von Social Media und im Schnitt hat jeder 5,54 Social Media-Konten. Am Tag verbringen wir durchschittlich 116 Minuten mit Social Media.

91 % aller Markenverkäufer nutzen zwei oder mehr Social Media-Kanäle, um mit Kunden zu kommunizieren. Auch unter den kleinen und mittleren Unternehmen nutzen 81 % Social Media in irgendeiner Form.

Die Anzahl der Social Media-Nutzer ist zwischen Q2 2017 und Q3 2017 um 121 Millionen gestiegen. Das bedeutet, dass alle 15 Sekunden ein neuer Social Media-Nutzer dazukommt.

Jeden Tag werden 60 Milliarden Facebook Messenger- und Whatsapp-Nachrichten verschickt. (Quelle Brandwatch)

# BLITZLICHT II

**BIRGIT NÜCHTER**
Leiterin des Steinbeis-Beratungszentrums Führungskompetenz und Führungskräfte-Coach

Birgit Nüchter, Leiterin des Steinbeis-Beratungszentrums Führungskompetenz und Führungskräfte-Coach, berichtet darüber, was sich durch den Vormarsch der Social Media für Führungskräfte ändert und wie sie die Unternehmenskultur beeinflussen:

Im Zeitalter von „New Work" muss sich ein Unternehmen entscheiden, wie es sich intern aufstellt und welche Social Media-Kanäle es in welcher Form bedient. Dabei spielen die Führungskräfte eine Vorreiter- und Vorbildrolle.

Social Media verändern ein Unternehmen intern und extern. Die Social Media-Aktivitäten müssen in die Unternehmensabläufe integriert werden. Es ist Chefsache, hier die Richtung zu bestimmen – gute Führung spielt eine Schlüsselrolle. Dazu gehört es, die Richtung zu bestimmen, Teamwork zu nutzen, Stärken zu fördern und einzusetzen, Talente zu erkennen und zu fördern, Vorbild zu sein und mit Vertrauen zu führen.

PRODUKTMARKEN-KOMMUNIKATION

# Neue Technologien Neue Chancen

Simone Wieland | #DMW Stuttgart

#DMW
DIGITAL MEDIA WOMEN

WER WEISS ES?

7,6 Mrd | 4,2 Mrd

3,3 Mrd

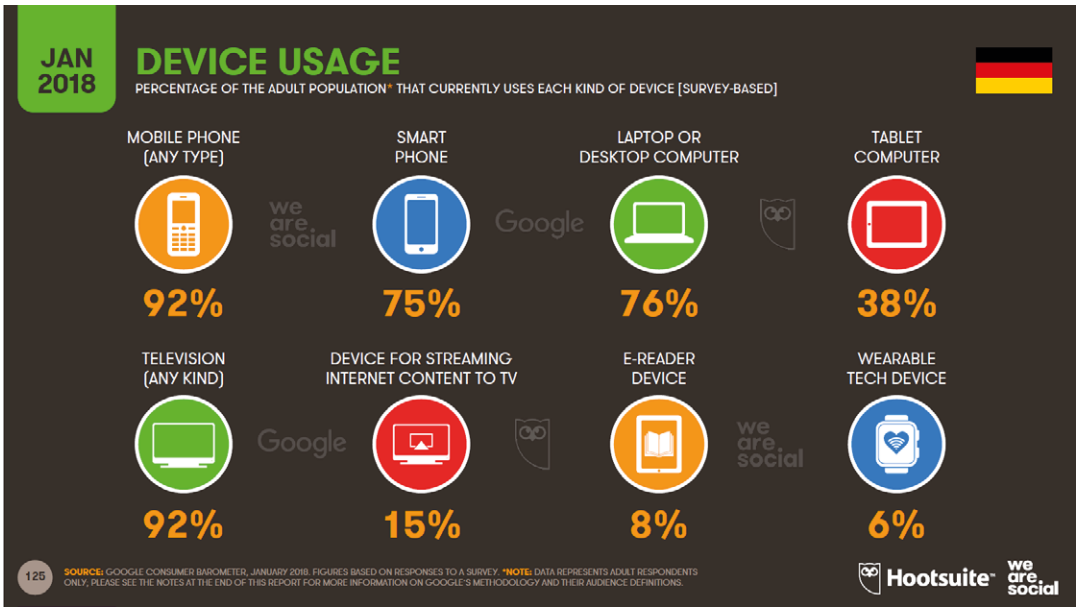
**Ø 5,54 Social Media Accounts**
**Ø 116 min am Tag**
**91 % aller Retail Brand = 2+ Channel**
**82 % aller Klein- und Mittelstands-Unternehmen**

Quelle: Brandwatch

#LÄUFT

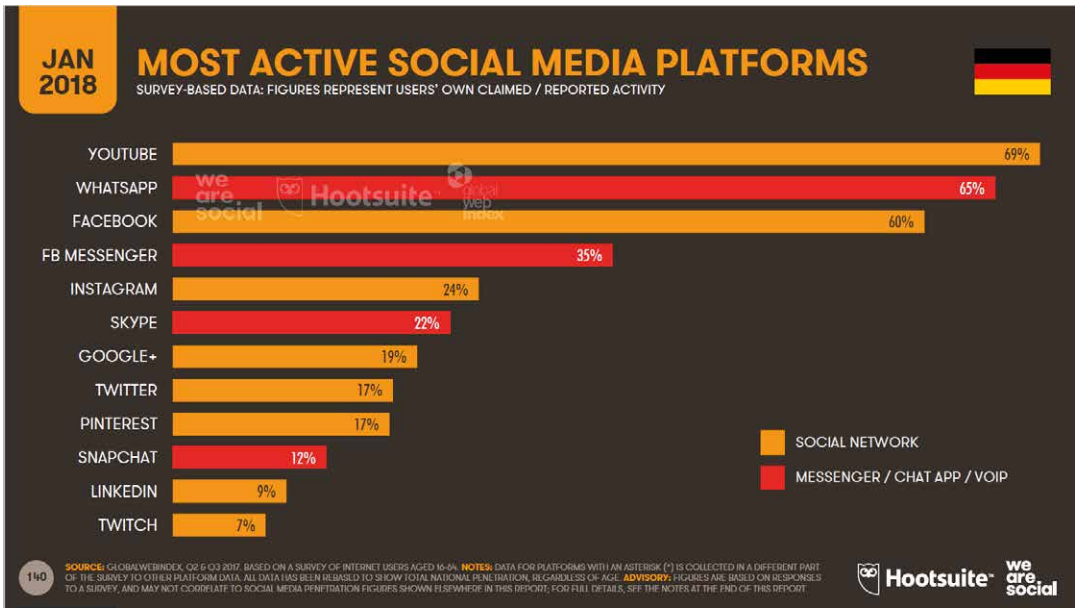
**15 sek** | **60 Mrd**

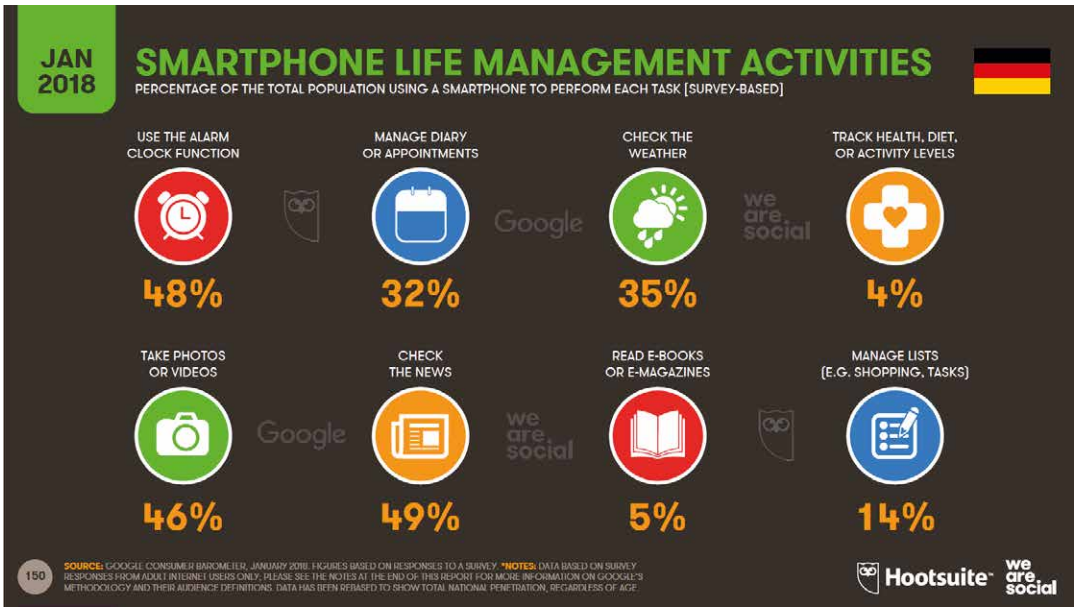
JAN 2018
DIGITAL IN GERMANY
A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS
TOTAL POPULATION
82.20 MILLION
URBANISATION: 76%
INTERNET USERS
74.81 MILLION
PENETRATION: 91%
ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS
38.00 MILLION
PENETRATION: 46%
UNIQUE MOBILE USERS
65.25 MILLION
PENETRATION: 79%
ACTIVE MOBILE SOCIAL USERS
30.00 MILLION
PENETRATION: 36%
122
SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; U.S. CENSUS BUREAU; INTERNET: INTERNETWORLDSTATS; ITU; EUROSTAT; INTERNETLIVESTATS; CIA WORLD FACTBOOK; MIDEASTMEDIA.ORG; FACEBOOK; GOVERNMENT OFFICIALS; REGULATORY AUTHORITIES; REPUTABLE MEDIA; SOCIAL MEDIA AND MOBILE SOCIAL MEDIA: FACEBOOK; TENCENT; VKONTAKTE; KAKAO; NAVER; DING; TECHRASA, SIMILARWEB, KEPIOS ANALYSIS. MOBILE: GSMA INTELLIGENCE, GOOGLE, ERICSSON, KEPIOS ANALYSIS. NOTE: PENETRATION FIGURES ARE FOR TOTAL POPULATION (ALL AGES).
Hootsuite
we are social


JAN 2018
DEVICE USAGE
PERCENTAGE OF THE ADULT POPULATION* THAT CURRENTLY USES EACH KIND OF DEVICE [SURVEY-BASED]
MOBILE PHONE (ANY TYPE)
92%
SMART PHONE
75%
LAPTOP OR DESKTOP COMPUTER
76%
TABLET COMPUTER
38%
TELEVISION (ANY KIND)
92%
DEVICE FOR STREAMING INTERNET CONTENT TO TV
15%
E-READER DEVICE
8%
WEARABLE TECH DEVICE
6%
125
SOURCE: GOOGLE CONSUMER BAROMETER, JANUARY 2018. FIGURES BASED ON RESPONSES TO A SURVEY. *NOTE: DATA REPRESENTS ADULT RESPONDENTS ONLY, PLEASE SEE THE NOTES AT THE END OF THIS REPORT FOR MORE INFORMATION ON GOOGLE'S METHODOLOGY AND THEIR AUDIENCE DEFINITIONS.
Hootsuite
we are social



**#MEDIWA18**


JAN 2018
MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORMS
SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT USERS' OWN CLAIMED / REPORTED ACTIVITY
YOUTUBE 69%
WHATSAPP 65%
FACEBOOK 60%
FB MESSENGER 35%
INSTAGRAM 24%
SKYPE 22%
GOOGLE+ 19%
TWITTER 17%
PINTEREST 17%
SNAPCHAT 12%
LINKEDIN 9%
TWITCH 7%
SOCIAL NETWORK
MESSENGER / CHAT APP / VOIP
140
SOURCE: GLOBALWEBINDEX, Q2 & Q3 2017, BASED ON A SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16-64. NOTES: DATA FOR PLATFORMS WITH AN ASTERISK (*) IS COLLECTED IN A DIFFERENT PART OF THE SURVEY TO OTHER PLATFORM DATA. ALL DATA HAS BEEN REBASED TO SHOW TOTAL NATIONAL PENETRATION, REGARDLESS OF AGE. ADVISORY: FIGURES ARE BASED ON RESPONSES TO A SURVEY, AND MAY NOT CORRELATE TO SOCIAL MEDIA PENETRATION FIGURES SHOWN ELSEWHERE IN THIS REPORT. FOR FULL DETAILS, SEE THE NOTES AT THE END OF THIS REPORT.
Hootsuite
we are social


JAN 2018
SMARTPHONE LIFE MANAGEMENT ACTIVITIES
PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION USING A SMARTPHONE TO PERFORM EACH TASK [SURVEY-BASED]
USE THE ALARM CLOCK FUNCTION 48%
MANAGE DIARY OR APPOINTMENTS 32%
CHECK THE WEATHER 35%
TRACK HEALTH, DIET, OR ACTIVITY LEVELS 4%
TAKE PHOTOS OR VIDEOS 46%
CHECK THE NEWS 49%
READ E-BOOKS OR E-MAGAZINES 5%
MANAGE LISTS (E.G. SHOPPING, TASKS) 14%
150
SOURCE: GOOGLE CONSUMER BAROMETER, JANUARY 2018. FIGURES BASED ON RESPONSES TO A SURVEY. *NOTES: DATA BASED ON SURVEY RESPONSES FROM ADULT INTERNET USERS ONLY. PLEASE SEE THE NOTES AT THE END OF THIS REPORT FOR MORE INFORMATION ON GOOGLE'S METHODOLOGY AND THEIR AUDIENCE DEFINITIONS. DATA HAS BEEN REBASED TO SHOW TOTAL NATIONAL PENETRATION, REGARDLESS OF AGE.
Hootsuite
we are social



#MEDIWA18

JAN 2018

## TOP APP RANKINGS

RANKINGS OF TOP MOBILE APPS BY MONTHLY ACTIVE USERS AND BY NUMBER OF DOWNLOADS

*RANKING OF MOBILE APPS BY MONTHLY ACTIVE USERS*

| # | APP NAME | DEVELOPER / COMPANY |
|---|---|---|
| 01 | WHATSAPP MESSENGER | FACEBOOK |
| 02 | FACEBOOK | FACEBOOK |
| 03 | FACEBOOK MESSENGER | FACEBOOK |
| 04 | AMAZON | AMAZON |
| 05 | INSTAGRAM | FACEBOOK |
| 06 | EBAY KLEINANZEIGEN | EBAY |
| 07 | EBAY | EBAY |
| 08 | SNAPCHAT | SNAP |
| 09 | SPOTIFY | SPOTIFY |
| 10 | DB NAVIGATOR | DEUTSCH BAHN |

*RANKING OF MOBILE APPS BY NUMBER OF DOWNLOADS*

| # | APP NAME | DEVELOPER / COMPANY |
|---|---|---|
| 01 | WHATSAPP MESSENGER | FACEBOOK |
| 02 | FACEBOOK MESSENGER | FACEBOOK |
| 03 | INSTAGRAM | FACEBOOK |
| 04 | SNAPCHAT | SNAP |
| 05 | AMAZON | AMAZON |
| 06 | EBAY KLEINANZEIGEN | EBAY |
| 07 | SPOTIFY | SPOTIFY |
| 08 | WISH | CONTEXTLOGIC |
| 09 | FACEBOOK | FACEBOOK |
| 10 | PINTEREST | PINTEREST |

151

**SOURCE:** APP ANNIE, JANUARY 2018. BASED ON DATA IN THE APP ANNIE 2017 RETROSPECTIVE REPORT. FOR MORE DETAILS, VISIT **HTTPS://WWW.APPANNIE.COM/**
**NOTES:** RANKINGS ARE BASED ON COMBINED DATA FOR BOTH THE APPLE IOS APP STORE AND THE GOOGLE PLAY APP STORE. MONTHLY ACTIVE USER RANKINGS ARE BASED ON MONTHLY AVERAGES FOR FULL-YEAR 2017. **NOTE:** RANKINGS EXCLUDE PRE-INSTALLED APPS, SUCH AS YOUTUBE ON ANDROID DEVICES, AND SAFARI ON APPLE DEVICES.

Hootsuite we are social

# TRENDS 2019



**#MEDIWA18**

WORKSHOP

# Just do it

## AUDIO- UND VIDEO SEARCH

Welche Best Practices fallen euch spontan ein?
Wo seht ihr Chancen & Risiken?



#MEDIWA18

## SOCIAL STREAMING

Welche neuen Möglichkeiten für Content Marketing ergeben sich?
Welche Chancen seht ihr generell?

## MICRO INFLUENCER

Welche Erfahrungen habt ihr mit Micro Influencern gemacht?
Welche Vorteile ergeben sich aus der Zusammenarbeit mit ihnen?

Die Top 12 Social Media Trends für 2019
talkwalker
Eine neue Datenqualität
Der Technology-Gabentisch
Der gesellschaftliche Wandel
1 PR & Marketing werden eins - weil KPIs und Metriken nahezu identisch sind
2 Big data big issues - Marken fokussieren Datentransparenz und Datenqualität
3 Der ROI pusht Social und PR - und die messbare Wirkung fördert das Budget-Wachstum.
4 Großfirmen setzen auf Corporate Data Maturity - Firmenschwergewichte integrieren Datenstrategien ganzheitlich
5 KI für jedermann - Marketers nutzen künstliche Intelligenz nun endlich auch praktisch
6 Audio- und Video-Search - Multimedia-Suchen wirbeln das Marketing durcheinande
7 Whatsapp & Marketing - Messenger werden endlich zum B2C-Kanal mit Wirkung
8 Ich gucke Facebook - Social-Streaming-Angebote steigern die Content Marketing-Möglichkeiten
9 Das Gen-Z-Monster: Die Generation Z geht arbeiten und verändert das Marketing grundlegend
10 Social kann alles - die sozialen Medien decken den kompletten Customer Funnel ab
11 Reputation verkauft - Echter Brand Purpose treibt mehr als je zuvor Kaufentscheidungen
12 Micro schlägt Macro - Micro Influencer sind authentischer, und jetzt auch massenhaft messbar
www.talkwalker.com



#MEDIWA18

Steinbeis

WIFT
WOMEN IN FILM AND TELEVISION • GERMANY

#DMW
DIGITAL MEDIA WOMEN

#MEDIWA18

## Neue Medien, neue Vielfalt in PR und Social Media

**Was heisst das für Führungskräfte?**

Birgit Nüchter

---

Steinbeis

## Führung - Herausforderungen

### Die VUKA-Welt

- Instabil (**V**olatilität), **u**nsicher, **k**omplex, mehrdeutig (**A**mbiguität)

### Neue Arbeitsformen

- Agile Teams, agile Führung
- Selbstführende Teams

### > Veränderte PR

- Klassische Pressemitteilung
- XING, LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Youtube, Vimeo.....
  - Welches Medium?
  - Wer bedient das Medium?

© Steinbeis 2018 | www.steinbeis.de/mediwa 2

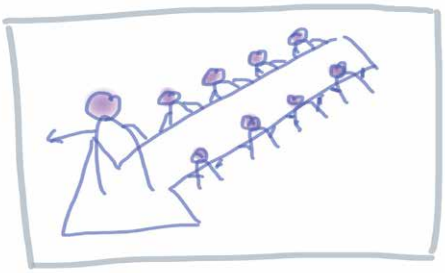
Steinbeis

## Wie halten es die grossen Chefs mit Social Media?

Steinbeis

## Wichtige Elemente moderner Führung

- **Richtung bestimmen**
- **Teamwork nutzen**
- **Stärken fördern und einsetzen**
- **Talente erkennen und fördern**
- **Vorbild sein**
- **Mit Vertrauen führen**





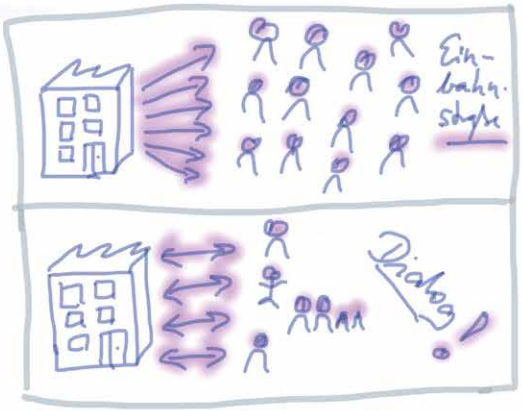


#MEDIWA18

Steinbeis

## Social Media heisst Dialog und Transparenz

- Weg von „ein Sender, mehrere Empfänger"
  Hin zu Sender Empfänger Dialog
- Social Media zielgerichtet einsetzen:
  - Kampagnen
  - Customer Care
  - Recruiting



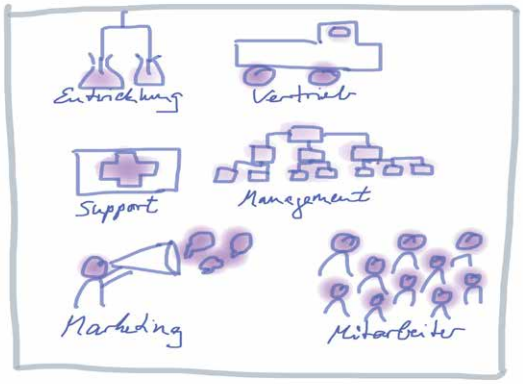

© Steinbeis 2018 | www.steinbeis.de/mediwa

Steinbeis

## Neue Abläufe, neue Chancen in Unternehmen

Social Media Aktivitäten in die Unternehmensabläufe integrieren

- Abteilungsübergreifend arbeiten
- Neue Abläufe schaffen
- Neue Kompetenzen aufbauen
- Experimente zulassen
- Aktivitäten auf Erfolg überprüfen




© Steinbeis 2018 | www.steinbeis.de/mediwa 



#MEDIWA18

Steinbeis

## Der ultimative Tipp

© Steinbeis 2018 | www.steinbeis.de/mediwa 7



#MEDIWA18

# WORKSHOP | GAMING AND GAME THINKING

**MODERATORIN: NATHALIE DA SILVA**
Project Manager Energietechnologien und Innovationsmanagement
Steinbeis 2i GmbH

Im Gaming und Game Thinking Workshop haben Teilnehmerinnen und Teilnehmer gemeinsam mit Profis aus der Business- und Gamebranche verschiedene Konzepte für Videospiele nach ihren Vorstellungen konzipiert.

Hilfestellung hierfür gab es von Misti Frantzen, CEO von Meister Cody – Deutschlands Nr. 1 Online-Lernspiel für Kinder mit Dyskalkulie und Rechenschwäche – und Liliya Ivanova von KI professionals, Expertin in Game Thinking und Interaktionen zwischen Mensch und Medium.

Das Workshop-Team hat mit Hilfe von Storyboards, User Journeys und anderen kreativen Methoden aus der Businesswelt und Gamesbranche erste Ideen in konkrete Spielkonzepte umgesetzt. Basierend auf bestimmten Bezugselementen und Spielertypen haben sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beispielsweise in einer kleinen Gruppe die wichtigsten Merkmale eines Spiels zu einem eigenen Thema ausgedacht. Bei der Vorstellung von Spielideen wie „King of the Bahn" wurde die Vielfalt der Ideen und Perspektiven deutlich, die hier diskutiert wurden. Auch Themen wie Knigge oder Umweltbewusstsein wurden als wichtig empfunden und in kreative Spielideen mit unterschiedlichen Charakteren, Levels und Rewards umgesetzt.

Der Workshop begeisterte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Schnittstellen zwischen Systems und Design Thinking, Agile & Lean User Experience und Game Design und hat Diskussionen über Potenziale und Nachteile in Gaming und Business entfacht und jede Menge Spaß an neuen, kreativen Ideen geweckt.

#MEDIWA18

# BLITZLICHT I

**MISTI FRANTZEN**
CEO of Meister Cody

» What impressed me most were the participants because they came from many different industries and had quite interesting business ideas and backgrounds. Bringing them together with new industries will certainly yield new interesting business models. «

# BLITZLICHT II

**LILIYA IVANOVA**
Digital Media Women Stuttgart

» Die bunt gemischte Teilnehmergruppe ist schnell ins Thema eingestiegen. Den einzelnen Gruppen ist es gelungen in kurzer Zeit interessante Themenvorschläge mit potentiellem Innovationscharakter zu erarbeiten und vorzustellen. Die vorgetragenen Ideen waren ausnahmslos ausbaufähig und zeigen das positive Ergebnis und große Potenzial des Gaming in der Medienbranche und eines Workshops mit diversen Teilnehmern. «

Gamification /
Game Thinking
Liliya Ivanova
l.ivanova@kigroup.de
ivanova.liliya@gmail.com

Was ist Game Thinking?
Was ist anders als beim Design Thinking?
Design Thinking
Problem space
?
Understand
Define
Re-framed problem
Ideate
Prototype
Test
!
Solution space
Prozess Design Thinking vs Game Thinking
Game Thinking
Problem space
?
Hypothesize
Empathize
Design
Playtest
Reflect
!
Solution space



#MEDIWA18

# Was wird dazu gesagt?

Die beste Art und Weise eine gute Idee zu finden ist erstmal viele Ideen zu generieren.

Ermöglicht es dem User sich kontinuierlich in seinen Skills zu verbessern, sich zu upgraden, dann kommt er wieder.

In einer interaktiven Vorgehensweise verbessert man seine Fähigkeiten und sein mentales Model. Das führt zu einer Zufriedenheit beim Spieler.

Testen. So früh wie möglich.

Man sollte nicht an der ersten Idee festhalten. Man soll sich lieber in die Suche nach Problemlösungen verlieben und in das Lernen vom potentiellen Kunden

# Prozess

1. Hypothesen aufstellen und formulieren

We are developing…to help… using…

MVP Canvas…

Superfans gesucht

2. Sich hineinversetzen

Bedürfnisse,
Gewohnheiten,
Probleme…

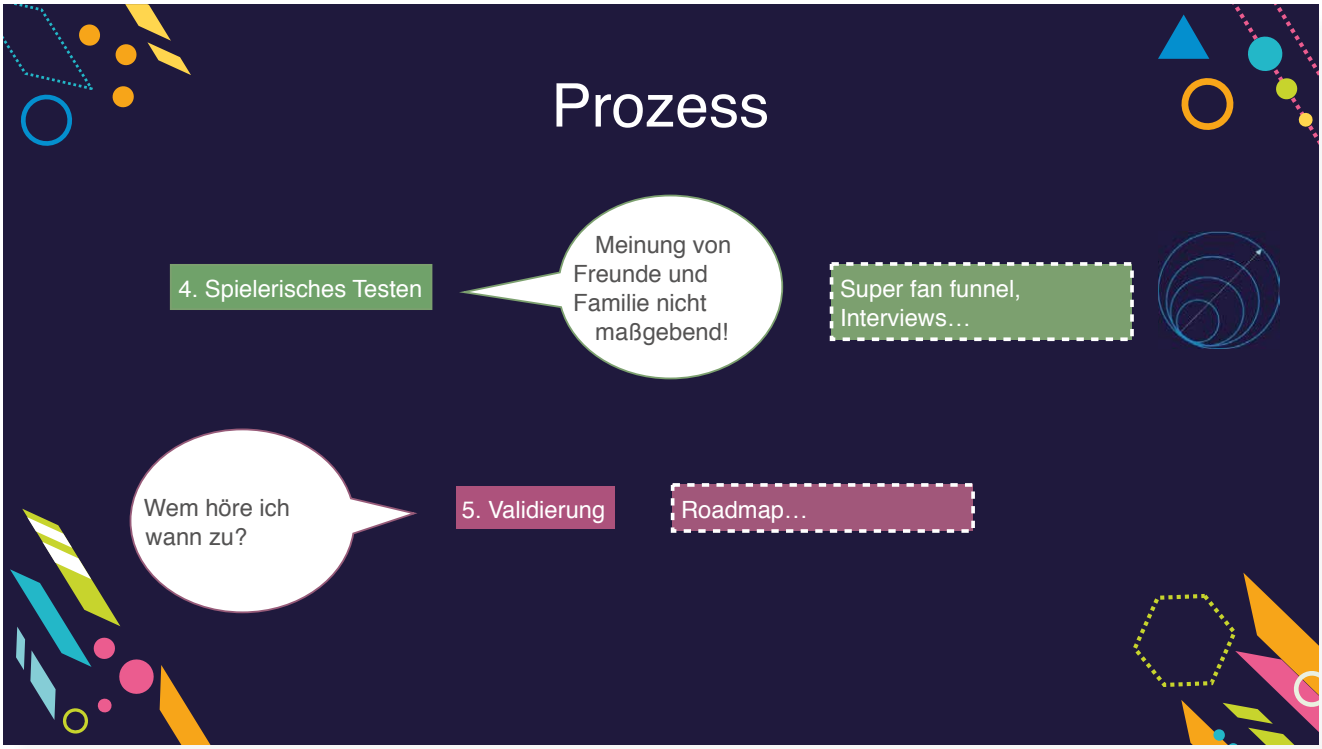
Spieler Arten

3. Design

Wertversprechen,
Wie lerne ich,
Was zieht mich runter…



#MEDIWA18


Prozess
4. Spielerisches Testen
Meinung von Freunde und Familie nicht maßgebend!
Super fan funnel, Interviews…
Wem höre ich wann zu?
5. Validierung
Roadmap…

Mastery und Motivation
Autonomie + Mastery + Zweck = Motivation!
Intrinsisch : langfristig
Extrinsisch : kurzfristig
Discovery
Onboarding
Habit-building
Mastery
#slack
Wenn ich nach Hause komme...
Will ich mich hinlegen und Zeitung lesen...
Damit ich über die letzten Nachrichten informiert werde.



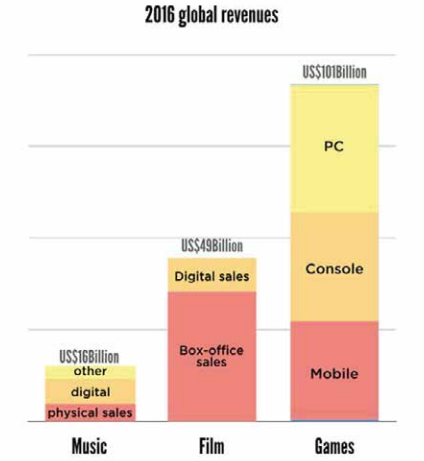
#MEDIWA18

Game und Game Thinking
Misti Frantzen
30.11.2018
#MeDiWa18

34,4 Millionen
Deutsche Spieler
47% Frauen
28% Über 50 Jahre alt

#MEDIWA18

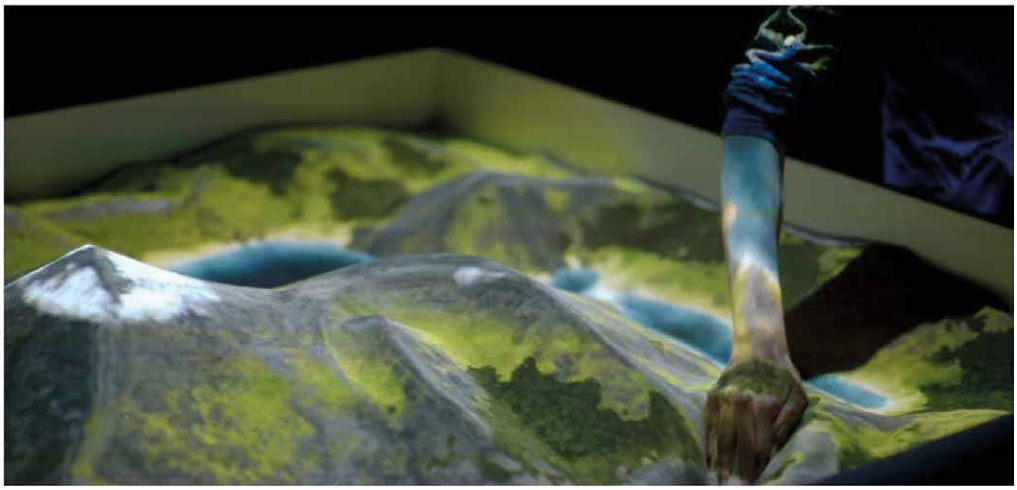
## Gaming ist größer als Film und Musik zusammen




Sources: The IFPI, the Motion Picture Association, Digital Entertainment Group, NewZoo

#MEDIWA18

## Wonderful World von Dominik Schön



#MEDIWA18

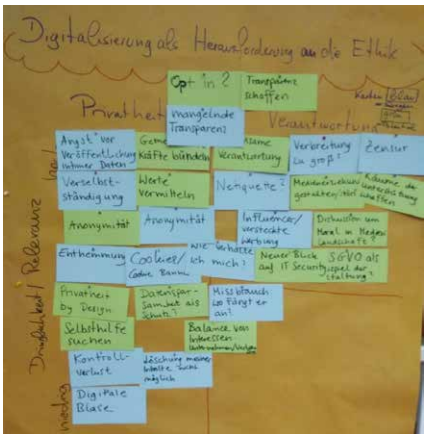
# WORKSHOP | DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG AN DIE ETHIK – PRIVATHEIT UND VERANTWORTUNG

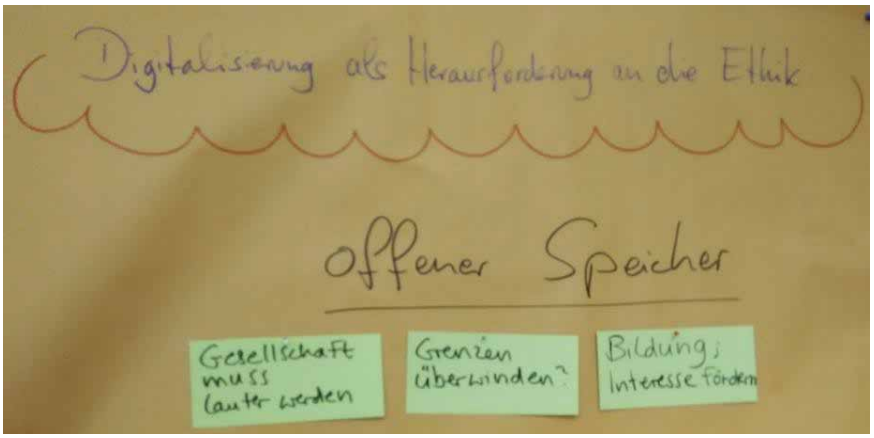
**MODERATORIN: GERBURG JOOS-BRAUN**
Leiterin des Steinbeis-Beratungszentrums IT Service Management

Digitalisierung entfacht eine enorme Dynamik und verändert unsere Welt spürbar. Was Betroffene oft als „Bauchgefühl" benennen, bereitet einen Boden der Unsicherheit. Wir brauchen jedoch eine offene Debatte und Transparenz zu den Fragen, um die Herausforderungen aktiv mit zu gestalten!

In der Dynamik des digitalen Wandels braucht es einen Diskurs über kulturelle und religiöse Grenzen hinweg. Der Blick auf diejenigen, die im Kontext von IT-Services oft nicht die eigentlichen Profiteure sind, muss uns zu Einmischung auffordern. Denn wir alle wollen auch in der virtuellen Welt klare ethische Spielregeln vorfinden, die einen guten Rahmen bilden!

Beim Steinbeis Netzwerk-Event MeDiWa haben die Teilnehmer*innen die Themen benannt und Möglichkeiten zur aktiven Steuerung deutlich gemacht!




#MEDIWA18

# BLITZLICHT I

**DR. UTA MÜLLER**
Internationales Zentrum für Ethik (IZEW), Uni Tübingen

» Die Diskussion in unserem Workshop hat deutlich gemacht, von welcher enormen Wichtigkeit im Umgang mit digitalen Medien die Bildung ist. Von mehreren Teilnehmenden wurde angesichts von Hasstiraden, Shitstorms, aber auch einzelner „schlimmer", d.h. moralisch nicht akzeptabler, Nachrichten auf den sozialen Medien eine Initiative zur Medienbildung – vor allem bei Kindern und Jugendlichen in der Schule – gefordert. Die Anonymität des Internets darf – so die einhellige Meinung – nicht dazu führen, dass die Grundregeln der Kommunikation außer Kraft gesetzt werden und man Demütigungen, Beleidigungen, Diffamierungen mehr oder weniger ohnmächtig zusehen muss.
Über dieses Thema und über viele andere Themen, die im Workshop diskutiert wurden, wäre es von großer Wichtigkeit weiter zu debattieren, und insbesondere weiter nach konkreten Handlungsschritten zur besseren Gestaltung des medialen Wandels zu suchen. «

# BLITZLICHT II

**LAURA SCHELENZ**
Internationales Zentrum für Ethik (IZEW), Uni Tübingen

» Das Steinbeis Netzwerk-Event hat mir noch einmal verdeutlicht, dass der verantwortliche und aktiv gestaltende Umgang mit der Digitalisierung eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist. In Stuttgart haben sich Frauen aus diversen Branchen getroffen, von Computerspieleentwickler*innen über Journalist*innen bis hin zu Wissenschaftler*innen. In all diesen Bereichen müssen sich Frauen mit der gerechten und nachhaltigen Entwicklung und Nutzung von digitalen Technologien auseinandersetzen. Hier haben Frauen Gestaltungskraft und können gemeinsam, trans- und interdisziplinär und in Netzwerken über den deutschen Kontext hinaus die digitale Gesellschaft beeinflussen und genderbasierter Diskriminierung in und durch Technik die rote Karte zeigen. «

#MEDIWA18

Steinbeis

WIFT
WOMEN IN FILM AND TELEVISION • GERMANY

#DMW
DIGITAL MEDIA WOMEN

#MEDIWA18

# DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG AN DIE ETHIK: PRIVATHEIT

DR. UTA MÜLLER, INTERNATIONALES ZENTRUM FÜR ETHIK, UNI TÜBINGEN

## Überblick

I. Grundverständnis von Ethik

II. “Privatheit” – Bedeutungsdimensionen

III. Privatheit, Autonomie und Verantwortung

IV. Digitalisierung: Gestaltungsdimensionen

## Grundverständnis von Ethik

**Vorschlag**

Ethik versucht in konkreten Situationen, deren Bewertung unklar, unsicher oder umstritten ist, mit Hilfe ethischer Argumentation zu klären, wie moralische Entscheidungen gut begründet werden können.

**Verknüpfung zur Grundidee des Internationalen Zentrums für Ethik in den Wissenschaften (IZEW) der Universität Tübingen**

Es stellen sich ethische Probleme in den Wissenschaften und in den Praxisfeldern. Gemeinsam mit WissenschaftlerInnen und anderen gesellschaftlichen Akteuren wird über konkrete Fälle reflektiert und nach (guten) Gründen für Bewertungen und Handlungen gesucht.

## „Privatheit“ – Bedeutungsdimensionen

**Allgemein**

Privatheit ist ein allgemein anerkanntes Gut, das durch die zunehmende Digitalisierung, u.a. durch die unkontrollierte Sammlung und Weitergabe personenbezogener Daten und Informationen, in seiner Geltung gefährdet ist. (Vgl. Hagendorff 2017, 115ff.)

Die Bedeutung von Privatheit ist allerdings nicht festgelegt, sie verändert sich in der Zeit, sie wird in verschiedenen Kulturen und Gesellschaften unterschiedlich erfahren und bewertet. (Vgl. Sarasin 2018)

## „Privatheit“ – Bedeutungsdimensionen

**Mögliche kritische Sichtweise**

Privatheit ist auch eine Sphäre, in der (traditionelle) Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern und in der Familie durchgesetzt werden können. Bei der Bewertung von Privatheit gibt es außerdem historische, kulturelle, gesellschaftliche Differenzen.

„In dem vermeintlichen Schutzraum des Privaten reproduzieren sich unkontrolliert und unbeobachtet allzu leicht Macht- und Gewaltverhältnisse.“
(Naumann 2018, 10)

## „Privatheit“ – Bedeutungsdimensionen

**Schutz der dezisionalen Privatheit**

Dezisionale Privatheit dient den eigenen Entscheidungs- und Handlungsmöglichkeiten von Personen;  damit ist sie eine Bedingung für die Verwirklichung des eigenen Lebensentwurfs.

„Dezisionale Privatheit [ist konstitutiv für ein autonomes Leben] deshalb, weil anders Entscheidungen und Lebenspläne nicht gelebt und verfolgt werden können...“ (Rössler 2001, 83ff.).

## „Privatheit“ – Bedeutungsdimensionen

**Schutz der informationellen Privatheit**

Menschen wollen selbst darüber bestimmen, welche Informationen und Daten andere von ihnen erhalten und besitzen dürfen. Manche Informationen sollen auch ganz privat bleiben und bleiben können.

„…the right to informational privacy [is understood] as a right to personal immunity from unknown, undesired or unintentional changes in one‘s own identity as an informational identity […] The right to informational privacy […] shields one‘s personal identity. This is why informational privacy is extremely valuable and ought to be respected.“ (Floridi 2005).

## „Privatheit“ – Bedeutungsdimensionen

**Schutz der lokalen Privatheit**

Lokale Privatheit meint den Schutz der eigenen privaten Räume, etwa der eigenen Wohnung, vor nicht-berechtigtem Zutritt. Aber auch Schutz vor dem Zugriff Nicht-Berechtigter auf „Erweiterungen“ der Privatsphäre, wie Smartphones, PCs, Tablets.

„[privacy can be] seen as carving out a personal space in which the self may express and develop itself precisely as an individual“ (Ess 2009).

## Privatheit, Autonomie, Verantwortung

- Geschützte Privatheit ist *eine* Voraussetzung für autonomes Handeln: die Verfolgung und Belagerung durch digitale Medien schränkt Autonomie ein.
- „Ubiquitous Computing“ in Wohnungen, in Geräten, am Arbeitsplatz gefährden den Schutz der lokalen Privatheit und verstärken u.U. die Anpassung an allgemein akzeptierte Normen: Gefahr der Beschämung.
- Autonomie hängt auch wesentlich von *anderen* gesellschaftlichen, politischen, kulturellen Bedingungen ab.

## Privatheit, Autonomie, Verantwortung

- Verantwortungszuschreibungen sind in digitalen Medien und Mediennutzung kompliziert, da betroffene NutzerInnen selbst oft aktiv Informationen verbreiten.
- Von der Idee eines umfassenden Datenschutzes auszugehen, ist unrealistisch. Es gilt, als Individuen eine „Resilienz gegenüber dem informationellen Kontrollverlust zu entwickeln“ (Hagendorff 2017, 146).
- Die NutzerInnen haben selbst auch Verantwortung für den Schutz. Forderungen nach verstärktem Datenschutz konfligieren mit der Verteidigung der „Freiheit“ im Internet.

## Digitalisierung – Gestaltungsmöglichkeiten

- Ethische Reflexion in der (überwachten) Informationsgesellschaft: Wie können Personen mit digitalen Medien besser umgehen (und sich schützen)?
- Gesellschaftliche Auseinandersetzung über die Kontrollmöglichkeiten der Daten und Datenweitergabe. Hier sind unterschiedliche Normen zu berücksichtigen.
- Zu bedenken ist auch, dass der Schutz informationeller Privatheit ein Schutz vor dem Bekanntwerden von Betrug, Täuschung, Gewalt und Lügen sein kann. Auch hier ist eine differenzierte ethische Debatte unverzichtbar. (Vgl. Zurstiege 2018)

**VIELEN DANK!**

DR. UTA MÜLLER, IZEW, UNIVERSITÄT TÜBINGEN
UTA.MUELLER@UNI-TUEBINGEN.DE



**#MEDIWA18**

## Quellen

Ess, Charles (2009), Digital Media Ethics. Digital Media and Society Series. Cambridge, UK, Malden, MA: Policy Press.

Floridi, Luciano (2005), The ontological interpretation of informational privacy. In Ethics and Information Technology, 7, 185-200.

Hagendorff, Thilo (2017), Das Ende der Informationskontrolle. Bielefeld: transcript

Naumann, Barbara (2018), Privatheit – das obskure Objekt. In: Figurationen: Privatheit/Privacy, No./2018, 7-12.

Rössler, Beate (2001), Der Wert des Privaten. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Sarasin, Philipp (2018), Privatsphäre 1977/2017. Eine historische Skizze. In: Figurationen: Privatheit/Privacy, No./2018, 13-24.

## Quellen

Zurstiege, Guido (2018): Ethik der Werbung als angewandte Ethik. In: Brand, Cordula/Meisch, Simon: Ethik in Serie. Eine Festschrift zu Ehren von Uta Müller. Tübingen: Tübingen Library Publishing, 379-392.

## Diskussion

- Verständnisfragen
- Gestaltungsmöglichkeiten des digitalen Wandels: Bedenken, Sorgen, Fragen? Wie sind Ihre Erfahrungen?
- Differenzierung: Gestaltungsmöglichkeiten als individuelle Personen UND Gestaltungsmöglichkeiten in Institutionen, in der Gesellschaft, in Politik und Wirtschaft?
- Personen und Institutionen haben Gestaltungskraft – wie könnte sie aussehen und realisiert werden? Wie könnte sie im globalen Rahmen gefördert werden?

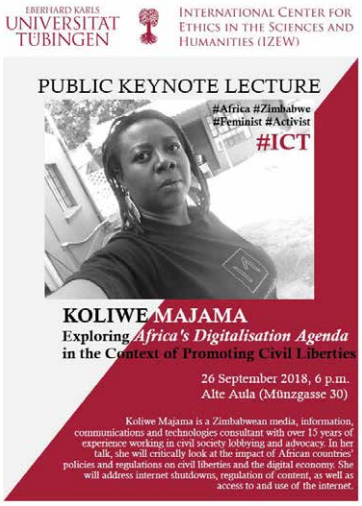
## DIGITALISIERUNG IM GLOBALEN SÜDEN – INFORMATIONSZUGANG UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR FRAUEN IN AFRIKA

LAURA SCHELENZ, INTERNATIONALES ZENTRUM FÜR ETHIK, UNI TÜBINGEN

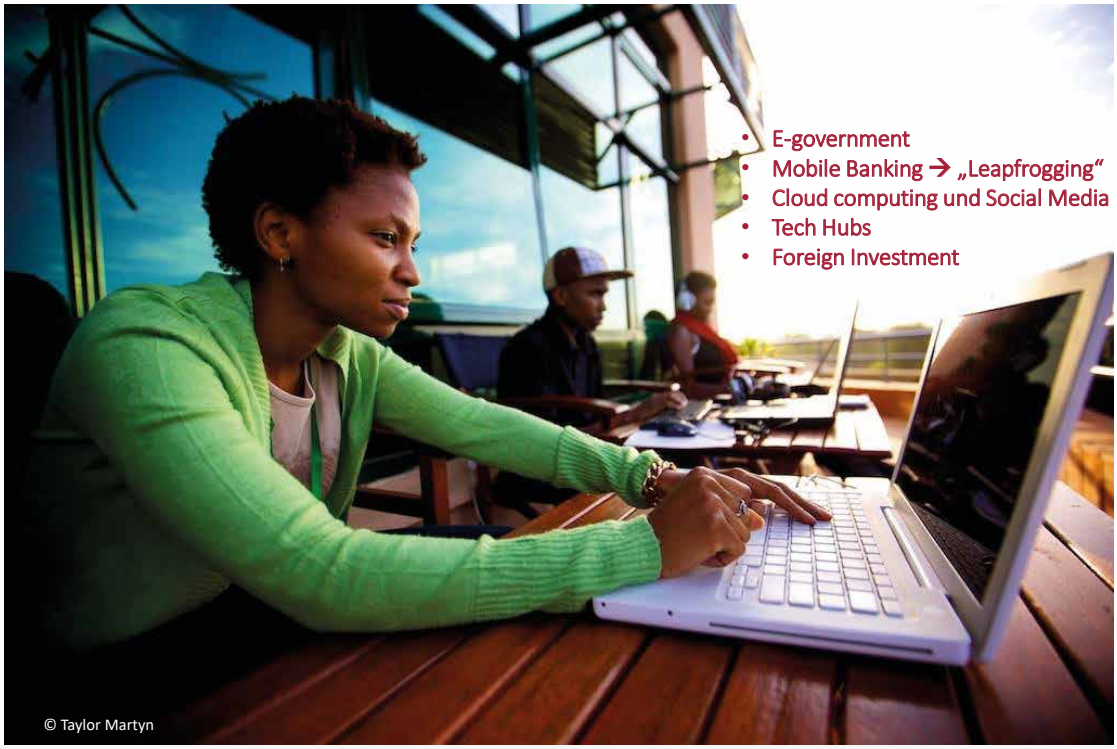
EBERHARD KARLS UNIVERSITÄT TÜBINGEN

INTERNATIONAL CENTER FOR ETHICS IN THE SCIENCES AND HUMANITIES (IZEW)

Digitalisation in Africa: Interdisciplinary Perspectives on Technology, Development, and Justice
26+27 September 2018, Tübingen



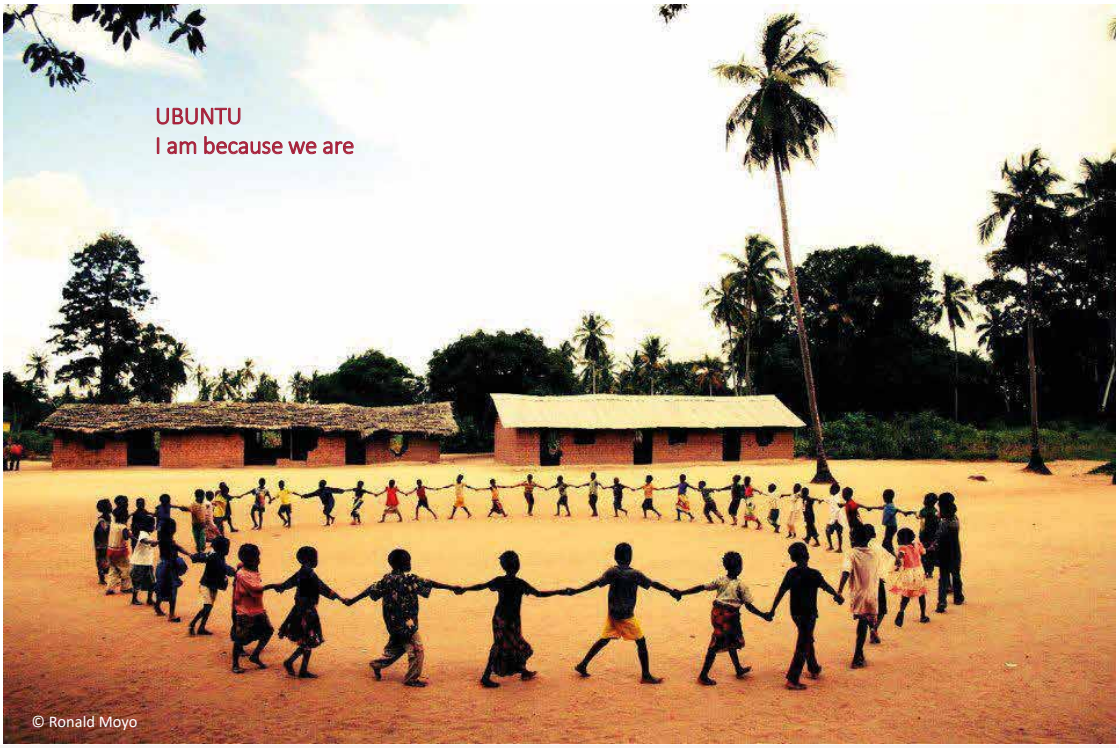

#MEDIWA18


E-government
Mobile Banking → „Leapfrogging“
Cloud computing und Social Media
Tech Hubs
Foreign Investment
© Taylor Martyn

Internet shutdowns
Net neutrality
Privacy
Digital colonialism
© Fiona Graham/WorldRemit



#MEDIWA18




EBERHARD KARLS UNIVERSITÄT TÜBINGEN

INTERNATIONAL CENTER FOR ETHICS IN THE SCIENCES AND HUMANITIES (IZEW)

## Informationszugang

Wer hat Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien und Internet?

„Gender Digital Divide“

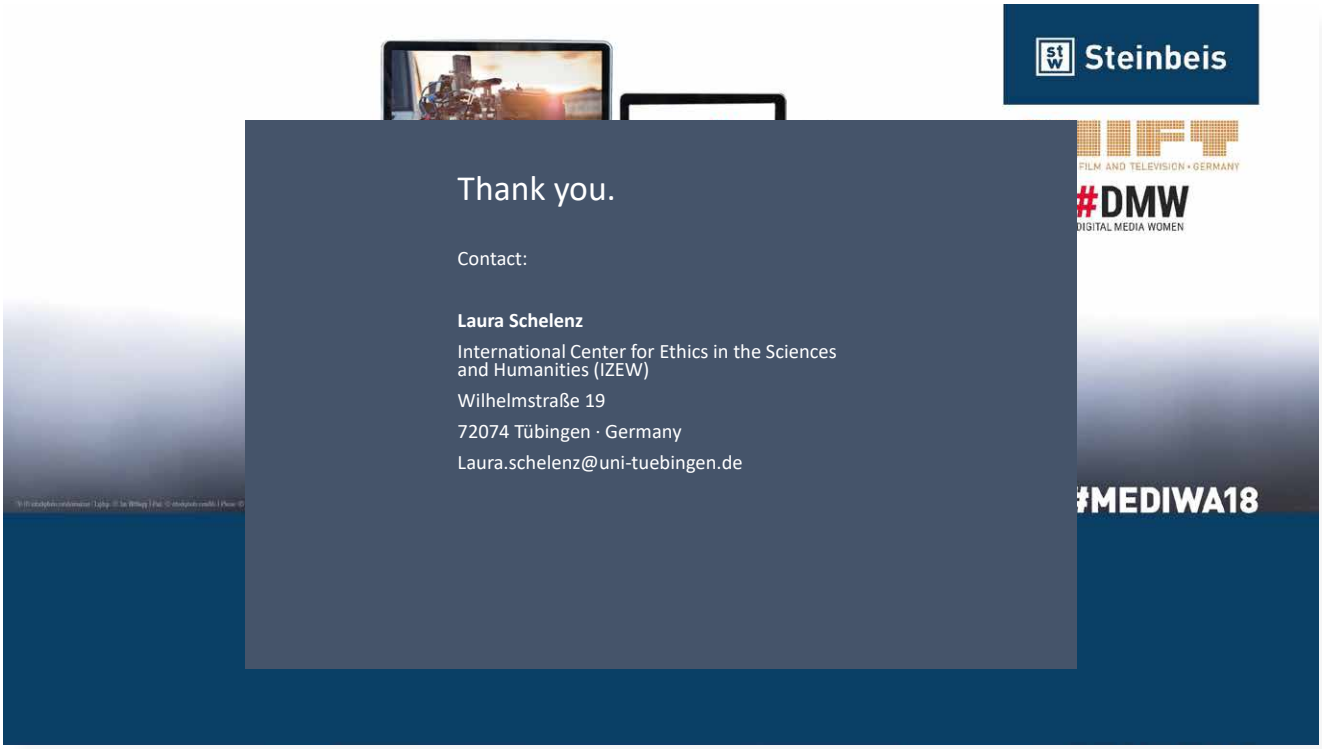


#MEDIWA18

© UN Women

# Verantwortung?

© MedicaMondiale


Steinbeis
FILM AND TELEVISION • GERMANY
#DMW
DIGITAL MEDIA WOMEN
#MEDIWA18
Thank you.
Contact:
Laura Schelenz
International Center for Ethics in the Sciences and Humanities (IZEW)
Wilhelmstraße 19
72074 Tübingen · Germany
Laura.schelenz@uni-tuebingen.de



#MEDIWA18

# WORKSHOP | VIELFALT DER ROLLEN-BILDER?

**MODERATORIN: BIRGIT NÜCHTER**
Leiterin des Steinbeis-Beratungszentrums Führungskompetenz

Das Thema „Rollenbilder" haben zwei Expertinnen aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet.
Die Filmindustrie hat in der Regel immer noch Helden vor der Kamera, aber auch hinter der Kamera ist die Filmwelt männlich dominiert. Mit vielen anschaulichen Beispielen hat Nicole Ackermann gezeigt, wie der Status ist. Aber sie konnte auch ein paar schöne Beispiele mitbringen, in denen es Heldinnen und Macherinnen hinter der Kamera gibt.
Beim Thema Automobil/Mobilität fallen uns schnell Clichés und Stereotypen ein. Die Initiative She's Mercedes arbeitet daran, diese Clichés verschwinden zu lassen und ein angemessenes Frauenbild darzustellen. Kerstin Heiligenstetter hat dargestellt, welche Aktivitäten hierfür nötig sind und welche Erfolge bereits zu verzeichnen sind.

>

In der anschließenden Diskussionsrunde gab es einen engagierten Erfahrungsaustausch über bewusste und unbewusste Verwendung von Rollenbildern in der Industrie, bei Konsumgütern und in Film und Fernsehen.

#MEDIWA18

# BLITZLICHT I

**NICOLE ACKERMANN**
Vorstandsvorsitzende des Women in Film and Television Germany e.V.

Nicole Ackermann schilderte uns in einem faszinierenden Vortrag mit vielen tollen Beispielen aus den unterschiedlichsten Filmen, wie es um die Rollenbilder im Film steht:

Leider hat sich im öffentlich-rechtlichen Fernsehen das Bild seit den 1970er-Jahren kaum gewandelt. Hier gibt es immer noch den Arzt und die Krankenschwester, den Kapitän und die Stewardess.

Etwas anders und besser sieht es bei den Streaming-Plattformen aus, wo neue Serien mit starken Frauen punkten. Auch der eine oder andere Kinofilm traut sich, eine starke weibliche Hauptfigur an die erste Stelle zu setzen. Auch hinter der Kamera gibt es mehr und mehr Regisseurinnen und Kamerafrauen. Dennoch, es liegt noch ein weiter Weg vor uns.

(Aus bildrechtlichen Gründen kann die Präsentation nicht geteilt werden.)

# BLITZLICHT II

**KERSTIN HEILIGENSTETTER**
Leiterin She´s Mercedes

Kerstin Heiligenstetter stellt das Bild der Frau bei Themen rund um die Mobilität vor und berichtet, wie Daimler einen Wandel des Rollenbildes unterstützt: Zum Glück hat sich das Bild seit den Anfängen des Automobils etwas gewandelt (wobei Daimler mit Bertha Benz schon damals ein tolles Rollenbild hatte: eine mutige Frau, die die erste Langstreckenfahrt wagte, um zu beweisen, dass das Automobil funktioniert). Es ist aber heute durchaus noch Luft nach oben.

Daimler nimmt sich der Thematik mit der Initiative She´s Mercedes an und unterstützt den Wandel – im Unternehmen und nach außen. Frauen sind gute und geschätzte Kundinnen und wollen als solche auch ernst genommen werden.

Mit einer internationalen Plattform für Frauen auf der Themen in unterschiedlichen Formaten dargeboten werden, geht es darum intern wie extern das Rollenbild zu wandeln und zu signalisieren, dass Frauen eine wichtige Rolle spielen.

Steinbeis

WIFT
WOMEN IN FILM AND TELEVISION • GERMANY

#DMW
DIGITAL MEDIA WOMEN

# VIELFALT DER ROLLENBILDER?

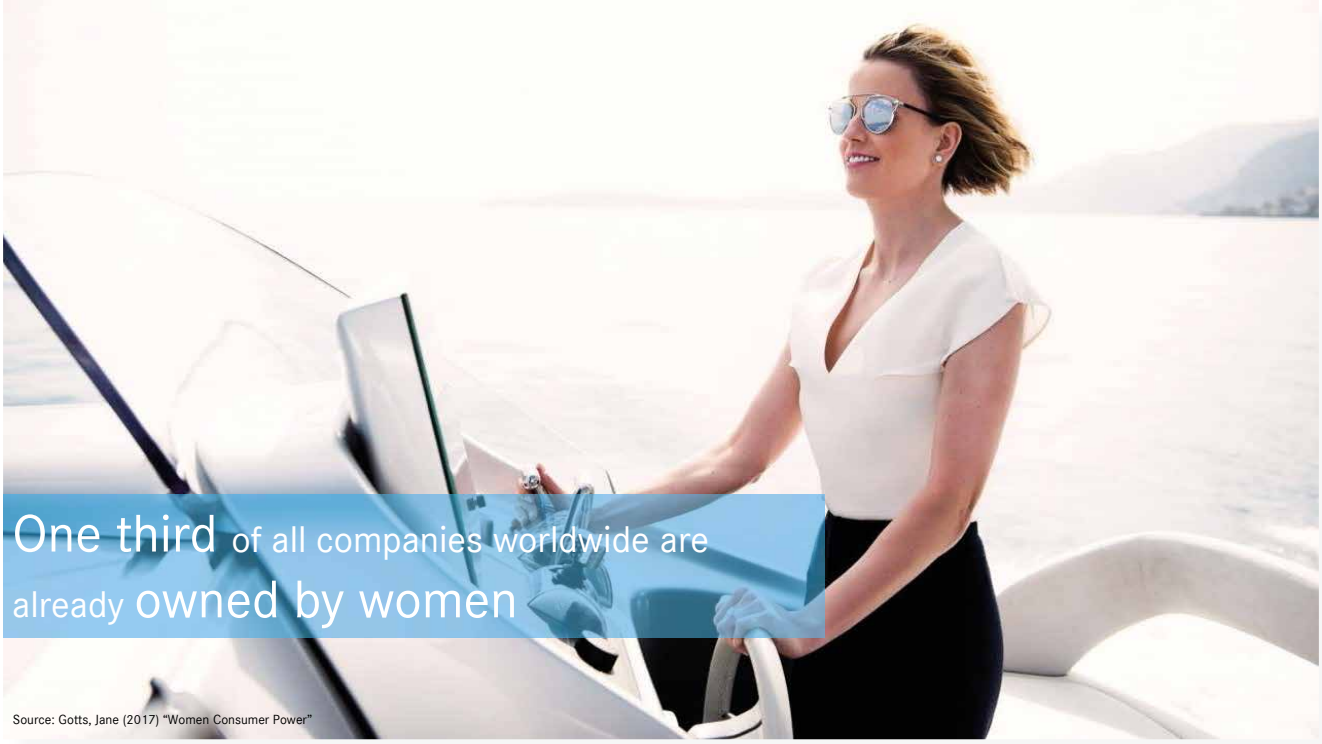
KERSTIN HEILIGENSTETTER, HEAD OF SHE'S MERCEDES, DAIMLER AG
NICOLE ACKERMANN, WOMEN IN FILM AND TELEVISION GERMANY E.V.

#MEDIWA18

Today, women are the fastest growing and
most influential consumer group in the world

Women are expected to hold $72 trillion
private wealth by 2020
https://www.economist.com/finance-and-economics/2018/03/08/investment-by-women-and-in-them-is-growing

#MEDIWA18


One third of all companies worldwide are already owned by women
Source: Gotts, Jane (2017) "Women Consumer Power"

Community
Retail
She's
Mercedes
Brand Building
Offering

#MEDIWA18

She's Mercedes -
An inspirational platform for women in more than 60 countries.
Convention & Talks
Strong Personalities
On- & Offline Content
Sales & After Sales Trainings
Networking & Driving Events

Thank you
for
your
attention!
©Kristina Hader
She's
Mercedes

#MEDIWA18

# WORKSHOP | AUGMENTED REALITY UND ANIMATION

**MODERATORIN: HANNA SCHÄFER**
Events & Communications Manager Steinbeis 2i GmbH

In den klassischen Medienberufen haben sich im Zuge der Digitalisierung viele neue Berufsbilder und Disziplinen entwickelt. So arbeiten die klassischen Animatoren fast nicht mehr mit Stift und Papier, sondern mit einer 3D-Software. Animatoren sind dann z. B. 3D-Artists oder Effects Artists oder sie entwickeln Animationen für Augmented oder Virtual Reality-Anwendungen, für Games, für die Werbung oder natürlich Film und Fernsehen. Das Feld wird größer, die Aufgaben spezifischer und die Grenzen zur Realität verschwimmen.

Im Workshop haben die Teilnehmenden festgestellt, dass die Prozesse und Strukturen einer Medienproduktion oftmals schwer zu greifen und einzuschätzen sind. Gerade für Auftragsproduktionen ist es aber wichtig, den Aufwand und die Rahmenbedingungen verstehen zu können.

Die vielfältigen und stetig wachsenden Anwendungsfelder bringen eine große Anzahl unterschiedlicher Berufe hervor, was sich auch im Ausbildungsangebot der Universitäten und Hochschulen widerspiegelt.

# BLITZLICHT I UND II

**STEFANIE LARSON**
Leiterin des Animation Media Cluster Region Stuttgart

**REGINA WELKER**
Creative Director & Director bei Woodblock.tv und Director EAGLE EYE Filmproduktion

Die Teilnehmenden wurden mit vielen praktischen Beispielen und einem exklusiven Blick hinter die Kulissen der Animation in Film- und Werbebranche geführt und konnten Elemente von Augmented Reality erleben.

„Da Branchenfremden oft Hintergrundinformationen möglicher Berufsbilder oder auch Ausbildungsmöglichkeiten in der Animationsbranche fehlen, war es bereichernd dies im Workshop zu lichten und auch zu zeigen wie Animation im Detail entsteht", sagte Stefanie Larson im Anschluss an den Workshop.

#MEDIWA18

# HEROES

ANIMATION MEDIA
CLUSTER
REGION STUTTGART

#MEDIWA18
29.11.2018

Stefanie Larson
Clustermanagerin

Stefanie Larson - Clustermanagerin AMCRS #MEDIWA18 _ 29.11.2018 2

#MEDIWA18

1. Was ist das AMCRS?
2. Warum gibt es das AMCRS?
3. Wer sind die Mitglieder?
4. Studiengänge
5. Branchenfelder

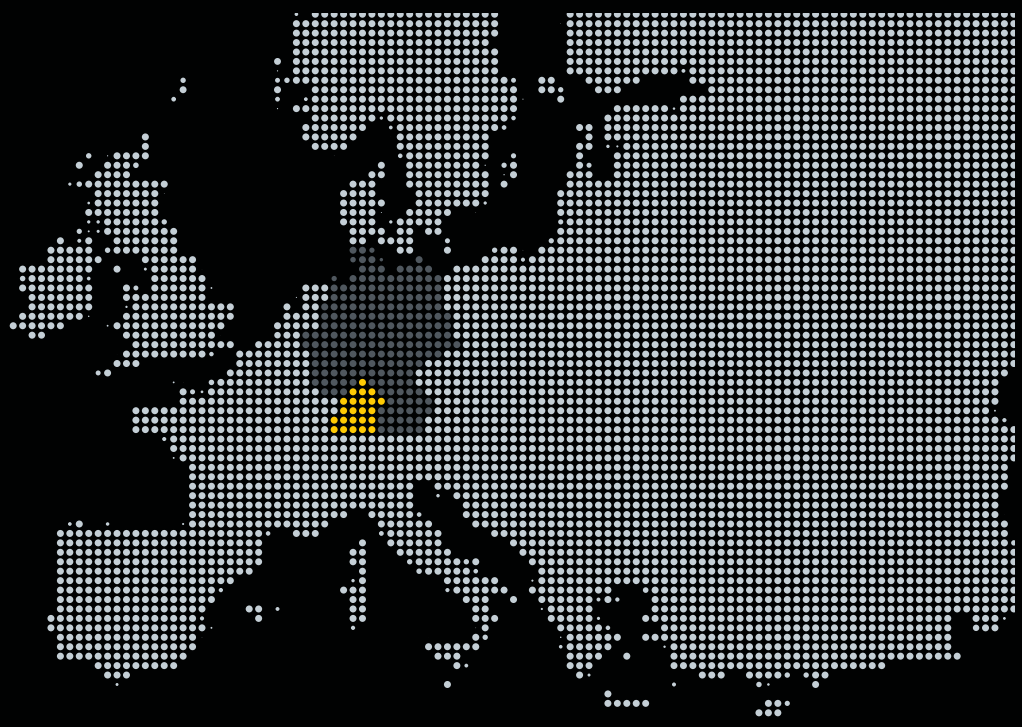


## 1 Was ist das AMCRS?

1 Was ist das AMCRS?

- eine Initiative der MFG Medien- und Filmgesellschaft mbH Baden-Württemberg
- Gründung 2009
- seit 2016 Stefanie Larson als Clustermanagerin
- 25 Mitglieder mit mehr als 650 Mitarbeitern
- 21 Studios und Unternehmen
- 4 Hochschulen
  - Filmakademie Baden-Württemberg
  - Hochschule der Medien Stuttgart
  - Hochschule Offenburg
  - Hochschule Trossingen
- Stuttgart und Umgebung, Baden-Württemberg

Stefanie Larson - Clustermanagerin AMCRS #MEDIWA18 _ 29.11.2018 13



Stefanie Larson - Clustermanagerin AMCRS #MEDIWA18 _ 29.11.2018 14



#MEDIWA18

1 Was ist das AMCRS?
mehr Zahlen und Fakten

- Verdoppelung des Umsatzes in den letzten 3 Jahren
- 39% Frauenquote
- 58% in Baden-Württemberg ausgebildet
- 83% Hochschulabsolventen

(Zahlen Stand März 2018)



1 Was ist das AMCRS?
Kernbereiche

Animation

Visual Effects

Games/Interactive

## ❷ Warum gibt es das AMCRS?



❷ Warum gibt es das AMCRS?

## Unser Mission Statement

Baden-Württemberg wird eine zentrale europäische Region für Animation Media auf höchstem kreativen, künstlerischem und technischem Niveau.

Durch höchste kreative und technische Qualität, starke regionale Unterstützung und Zusammenarbeit der verschiedenen Branchen, erstellen die Mitglieder des AMCRS Eigen- und Auftragsproduktionen, sowie Dienstleistungen auf Weltklasseniveau in allen Bereichen, von Animation über VFX bis zu Games.

## 2 Warum gibt es das AMCRS?
Realisierung des Mission statement

- Ausbildung sichern
- Verknüpfung von Wirtschaftsbranchen
- starke, nachhaltige IP Gründung schaffen
- Aufhalten und Umkehren der Talentabwanderung
- Herstellung der Wettbewerbsgleichheit, national und international
- Animation Media als Leuchtturm der Digitalisierung
    - technologische Neuerungen
    - Emotionalisierung/ Anziehungskraft
    - Synergien schaffen



## 3 Wer sind die AMCRS-Mitglieder?

BÜRO ACHTER APRIL

FFL

film & medien festival g GmbH

FILM BILDER

LAVAlabs

LUXXFILM

MACKEVISION

MARK ELECTRONIC MEDIA

pixelcloud

PIXOMONDO

RECOMFILM

rise visual effects studios

SCANLINE VFX

seru film produktion gmbh

snap Mietstudios. Rent. PostProduction

STUDIO SEUFZ

studio soi

Studio88

TRAFFIX

unexpected

ZEITLAND

animationsinstitut

m.gp medien. gestaltung und produktion

HOCHSCHULE DER MEDIEN

STAATLICHE HOCHSCHULE FÜR MUSIK TROSSINGEN



1 Academy Award 8 Annecy Awards 3 Annie Awards 4 Emmys 6 Ottawa Animation Awards

9 ITFS Awards 1 Cannes Lion Gold 1 Asian Film Award 9 VES Awards

und viele mehr!

4 Die Spezialisierung von Studiengängen durch den Digitalen Wandel



4 Studiengänge

- Hochschule der Medien, Stuttgart
  - Audiovisuelle Medien
- Filmakademie Baden-Württemberg
  - Interaktive Medien
- Animationsinstitut der Filmakademie
  - Animation Artist
  - Effects Artist
  - Animation / Effects Producer
  - Technical Director

## 4 Studiengänge

- Audiovisuelle Medien
  - Spezialisten für vielfältige Aufgaben in den Medien
  - Entwicklung von Computeranimierten Filmen, Hörspielen oder visuelle Effekte für PC-Spiele



## 4 Studiengänge

- Interaktive Medien
  - Spezialisten für Konzeption, Gestaltung und Produktion interaktiver Medienapplikationen
  - Entwickelung von Games, Expomedien, mobile und web-basierte Applikationen oder VR-Erfahrungen

## 4 Studiengänge

- Animation Artists
  - Animation Director: künstlerische Gesamtverantwortung
  - Concept Artist: Realisierung des gesamten Produktionsprozesses
  - Character Animator: konzentriert sich auf Animation von Charakteren



## 4 Studiengänge

- Effect Artists
  - VFX Artist: Gestaltung und Integration von digitalen Sets, Requisiten, Charakteren, Planung von Effekt-Szenen, Prävisualisierungen, etc
  - Der VFX Supervisor: verantwortlich für Planung und künstlerische Umsetzung der Effekte
  - Effects Director: trägt künstlerische Gesamtverantwortung

## 4 Studiengänge

- Animation / Effects Producer
  - Steuerung der produktionstechnischen Umsetzung von Animations- und Effects-Projekten



## 4 Studiengänge

- Technical Director
  - Verknüpfung von technischen Fähigkeiten mit künstlerischen und gestalterischen Aufgaben
  - Mitarbeit an den Projekten der Abteilung Forschung und Entwicklung

## 5 Branchenfelder



## 5 Branchenfelder

Storyboard

VR

Concept Art

Animation

Dreh/Set Supervision

AR

Modelling

Games/Interactive

Simulation/FX

danke

www.amcrs.de

Stefanie Larson - Clustermanagerin AMCRS #MEDIWA18 _ 29.11.2018 41

# IMPRESSUM

Die vorliegende Publikation basiert auf der Veranstaltung „Medien in der Digitalisierung – den Wandel gestalten!" am 29. November 2018 im Steinbeis-Haus für Management und Technologie in Stuttgart-Hohenheim. Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Film, Funk und Fernsehen, fotomechanische Wiedergabe, Tonträger jeder Art, auszugsweisen Nachdruck oder Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlagen aller Art, sind vorbehalten.

**VERANSTALTER**
Steinbeis GmbH & Co. KG für Technologietransfer

- Steinbeis-Transferzentrum TransferWerk-BW
- Steinbeis-Beratungszentrum Führungskompetenz
- Steinbeis 2i GmbH
- Steinbeis-Beratungszentrum IT Service Management

**VERANSTALTUNGSPARTNER**
Digital Media Women Stuttgart, Women in Film and Television Germany e.V.

**FOTOGRAFIN**
Gabi Budulig, Schorndorf

**REDAKTION**
Beate Wittkopp, Birgit Nüchter, Nathalie da Silva, Gerburg Joos-Braun

**GESTALTUNG**
Julia Schumacher

---

**Steinbeis-Edition 2019**

Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Film, Funk und Fernsehen, fotomechanische Wiedergabe, Tonträger jeder Art, auszugsweisen Nachdruck oder Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlagen aller Art, sind vorbehalten.

Steinbeis GmbH & Co. KG für Technologietransfer (Hrsg.)
Medien in der Digitalisierung – den Wandel gestalten!
Dokumentation & Impressionen

1. Auflage, 2019 | Steinbeis-Edition, Stuttgart
ISBN 978-3-95663-208-2

Steinbeis ist mit seiner Plattform ein verlässlicher Partner für Unternehmensgründungen und Projekte. Wir unterstützen Menschen und Organisationen aus dem akademischen und wirtschaftlichen Umfeld, die ihr Know-how durch konkrete Projekte in Forschung, Entwicklung, Beratung und Qualifizierung unternehmerisch und praxisnah zur Anwendung bringen wollen. Über unsere Plattform wurden bereits über 2.000 Unternehmen gegründet. Entstanden ist ein Verbund aus mehr als 6.000 Experten in rund 1.100 Unternehmen, die jährlich mit mehr als 10.000 Kunden Projekte durchführen. So werden Unternehmen und Mitarbeiter professionell in der Kompetenzbildung und damit für den Erfolg im Wettbewerb unterstützt. Die Steinbeis-Edition verlegt ausgewählte Themen aus dem Steinbeis-Verbund.

208120-2019-05 | www.steinbeis-edition.de

#MEDIWA18

# #MEDIWA18

Die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt ganz grundlegend: Die hohe Dynamik ständig neuer Technologiekonvergenzen führt zu einer ganz neuen Bedeutung und Diversität der Netzwerke und Schnittstellen. Um dieses Potential aufzugreifen und die Zusammenarbeit auf allen Ebenen und Kanälen zu gestalten, kommt der Kommunikation eine zentrale Bedeutung zu. Die Medien spielen dabei eine Schlüsselrolle, die ständig wachsende Vielfalt und Nutzung eröffnet in allen Bereichen von Gesellschaft, Wirtschaft und Politik ganz neue Chancen und Aufgaben, bringt aber auch vielfältige Herausforderungen und Fragen mit sich.

Die Steinbeis Netzwerkinitiative „Medien in der Digitalisierung – den Wandel gestalten!" hat diese Themen aufgegriffen. Gemeinsam mit den Kooperationspartnerinnen Digital Media Women Stuttgart (DMWS) und dem Women in Film and Television Germany e.V. (WIFT) wurde am 29.11.2018 ein spannendes Programm präsentiert: Rund 100 interessierte Frauen und Männer kamen zu Workshops, Know-how-Austausch und Networking zusammen.

Mit Blick auf die Zukunft und eine positive Veränderung, brachte die Veranstaltung „MEDIEN IN DER DIGITALISIERUNG – DEN WANDEL GESTALTEN!" die aktuellen und zukünftigen vielfältigen Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung zum Ausdruck. Die Dokumentation & Impressionen zum Tag sind in diesem E-Book gesammelt.

ISBN 978-3-95663-208-2

9 783956 632082

www.steinbeis-edition.de

Steinbeis-Edition