

**SPANNUNGSFELD INNOVATION IN DER KRISE:
Von der Vision zur Digitalen Transformation**

Sabine M. Fischer

Dieser Band ist in der Service-GmbH der Wirtschaftskammer Österreich erhältlich:

T: 05 90 900 DW 5050

F: 05 90 900 DW 236

W: <http://webshop.wko.at>

E: mSERVICE@wko.at

Alle Rechte vorbehalten

Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Quellenangabe und vorheriger Rücksprache.

Jede Verwertung außerhalb des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Es ist ohne schriftliche Genehmigung nicht gestattet, Abbildungen dieses Buches zu scannen, in PCs bzw. auf CDs zu speichern oder in PCs/Computern zu verändern oder einzeln oder zusammen mit anderen Bildvorlagen zu manipulieren.

Haftungsausschluss:

Trotz sorgfältiger Prüfung der Broschüre sind Fehler nicht auszuschließen. Die Richtigkeit des Inhalts ist daher ohne Gewähr. Eine Haftung des Verlages, des Herausgebers oder der Autor:innen ist ausgeschlossen.

Impressum:

Medieninhaber, Verleger: Service-GmbH der Wirtschaftskammer Österreich
Wiedner Hauptstraße 63, 1040 Wien

Herausgeberin & Autorin: Mag. Dr. Sabine M. Fischer, CSE

ISBN: 978-3-903270-62-6

Druck: MDH-Media GmbH

1. Auflage, Dezember 2021

Grafische Gestaltung: Mag. Dr. Sabine M. Fischer, CSE

Abbildungen und Fotos, wenn nicht anders angegeben: Sabine M. Fischer

Umschlagbild: Abbildung 1 - Die „Corona-Krise“ wirkt für Unternehmen wie eine nicht vorhergesehene Abrissbirne.

ÜBER DIE AUTORIN

Mag. Dr. Sabine M. Fischer, CSE, Gründerin und Inhaberin der SYMFONY Consulting, fördert und begleitet seit über 25 Jahren die berufliche Entwicklung von Menschen und Organisationen. Dabei fokussiert sie auf die Veränderungen, die durch eine zunehmende Digitalisierung und Internationalisierung ausgelöst werden.



Fischer promovierte an der Wirtschaftsuniversität Wien und ist ausgebildete Wirtschaftspädagogin, Mediatorin und Mobbing-Präventionsberaterin.

Sie verfügt über vielfältige Managementenerfahrungen bis C-Level in Deutschland und Österreich in den Branchen Handel, Industrie, IT/TK, Biotechnologie und Customer Care.

Mit Engagement und Herzblut arbeitet Fischer seit 2002 als Human Factor-Unternehmensberaterin für ihre Auftraggeber:innen in Profit- und Non-Profit-Organisationen. Ihr Praxis-Wissen und ihre Begeisterung für unternehmerisches Handeln gibt sie mit Leidenschaft auch an Universitäten, Fachhochschulen und berufsbildenden Schulen an den Wirtschaftsnachwuchs weiter.

Auch die dabei gewonnen Erkenntnisse nützt SYMFONY Consulting beim Entwickeln von zukunftsorientierten Visionen und Strategien oder beim Projekt-Coaching ihrer Kund:innen. Als „*Certified Supervisory Expert*“ und Mediatorin nach dem ZivilMediationsGesetz begleitet Fischer Mitglieder von Geschäftsleitungen, Vorständen und Aufsichtsräten bei ihrer Entscheidungsfindung und im Kommunikations- und Konfliktmanagement.

2015 begann Fischer als Teil-Arbeitskreisleiterin im Arbeitskreis Industrie 4.0/IoT ehrenamtlich mitzuarbeiten; seit 2018 fungiert sie pro bono als Sprecherin und hat gemeinsam mit ihrem Lenkungsteam einen impactstarken Neustart bewirkt: Mehr Mitglieder, mehr Aufmerksamkeit und mehr Aktivitäten für und mit der Zielgruppe.

Den neuesten Stand an Projekten und Themen, mit denen sich Dr. Sabine M. Fischer beschäftigt, erfahren Sie 24/7 in ihren Profilen auf LinkedIn und XING. Spezifische Tipps zur Unternehmensführung finden Sie auf www.symfony.at.

Fotocredit: SYMFONY-Klaus Prokop

WARUM SIE DIESES BUCH LESEN SOLLTEN

Noch nie hat für so viele Menschen weltweit und gleichzeitig ein Technologisierungsschub dieses Ausmaßes stattgefunden. Und noch nie wurden so vielen Unternehmen weltweit und gleichzeitig ihre Geschäftsgrundlagen entzogen.

Allerdings konnten dank Digitalisierung viele unternehmerischen Tätigkeiten aufrecht erhalten, attraktiv verändert oder sogar weiter ausgebaut werden - je innovativer und digitaler, desto mehr Handlungsoptionen gab es.

Der Innovationsgeist in Unternehmen war während der Pandemie besonders gefordert und er ist es im sich weiter global verschärfenden Wettbewerb noch mehr nach der Pandemie. Denn weitere Herausforderungen stehen an, die durch eine Transformation bewältigt werden müssen - ob Sie eine Seilbahn in den Tiroler Alpen betreiben, ein Handelsunternehmen in der Wiener Kärtner Straße, eine Industrieproduktion in Oberösterreich, eine NPO in Salzburg oder ein Hotel im Burgenland:

- Extrem-Wetterereignisse häufen sich, Klimazonen verschieben sich.
- Gesellschaftliche Werthaltungen fordern mehr Transparenz und Fairness.
- Gesetzliche Vorgaben folgen diesen Entwicklungen: z.B. CO2-Bepreisung, Whistle Blower-Richtlinie, die ab 17.12. 2021 von Unternehmen ab 250 Mitarbeiter:innen umzusetzen ist.

Digitalisierung kann Ihnen dabei helfen. Wie Sie für innovative Ideen der Digitalisierung in Ihrem Unternehmen neue Ressourcen erschließen, sie effektiv weiterentwickeln und sich für kommende Krisen und Veränderungsprozesse besser rüsten, erfahren Sie in diesem Ratgeber:

Er dient Ihnen als Reiseführer, der Ihnen wesentliche Orientierungspunkte und Werkzeuge für den Weg von der Vision zur Digitalen Transformation auch in Krisenzeiten bietet.

Denn am Ende dieser Pandemie geht es nicht zurück zur alten Normalität, sondern weiter auf zu neuen Ufern 😊

INHALTSVERZEICHNIS

EINE REISE IN 5 ETAPPEN BIS ZUM ZIEL

ÜBER DIE AUTORIN.....	3
VORWORT	7
VERZEICHNIS ALLER BEISPIELHAFT GENANNTEN UNTERNEHMEN, BEHÖRDEN UND ORGANISATIONEN	15
0. PROBLEM ERKANNT: DIE DIGITALE TRANSFORMATION UND IHRE TREIBER	17
0.1 VON DER ANALOGEN WELT ZUR KOMPLEXEN DIGITALISIERUNG ...	18
0.2 TREIBER TECHNOLOGIE	18
0.3 TREIBER UMFELD	24
0.4 TREIBER MENSCHEN.....	30
0.5 DIE BESONDERHEIT DER TREIBER COVID-19, KLIMAKRISE & CO. ...	33
1. ETAPPE „VISION“ - VOM FINDEN UND ENTWICKELN	40
1.1 IHR UMFELD IN MEGA-TRENDS.....	41
1.2 SZENARIEN ENTWERFEN.....	44
1.3 PEOPLE FIRST!.....	46
1.4 PRIORITÄTEN SMART AUSWÄHLEN	50
2. ETAPPE „EUPHORIE“ - FOKUS BEGEISTERUNG - FOKUS KUND:INNEN!.....	57
2.1 CUSTOMER JOURNEY	58
2.2 NUTZEN UND BEDÜRFNISSE.....	69
2.3 BEGEISTERUNG	71
3. ETAPPE „WIDERSTAND UND ENTTÄUSCHUNG“ - NICHT „GEGEN“, SONDERN „MIT“ 😊	73
3.1 DIE MACHT DER NEGATIVITÄT.....	74
3.2 DIE KRAFT DES PURPOSE.....	76
3.3 WOLLEN ZWISCHEN ANGST UND NEUGIERDE.	81

4.	ETAPPE „TAL DER TRÄNEN“ - VOM ANKOMMEN UND ÜBERWINDEN IM TEAM	92
4.1.	STRUKTUR GIBT SICHERHEIT	93
4.2	REALITY: CHECK! <input checked="" type="checkbox"/>	97
4.3	WIR SCHREIBEN HELDEN-GESCHICHTE!	99
5.	ETAPPE „LERNEN UND LEISTEN“ - TECHNOLOGIE VERSTÄRKT TEAMKRAFT	102
5.1	LERNEN IST KEIN FEHLER	103
5.2	GEMEINSAM UND KLARHEIT IST BESSER	104
5.3	FREIHEIT, DIE ZUSAMMENHÄLT	106
	QUELLENVERZEICHNIS	112

VORWORT

*Es ist nicht zu wenig Zeit, die wir haben,
sondern es ist zu viel Zeit, die wir nicht nutzen.*
Lucius Annaeus Seneca

„Es ist verstörend und traurig. Wir erleben eine historische Katastrophe (...) Kann ich entscheiden, ob die Grenzen geschlossen werden? Nein. Kann ich den Verlauf der Pandemie beeinflussen? Nein.“ erklärt **Sébastien Bazin**, Chef von **Accor**, dem größten europäischen Hotelkonzern mit mehr als 5.000 Hotels weltweit. *„Auf der einen Seite fällt es mir schwer, diesen Albtraum (...) zu akzeptieren.“* Andererseits ist es für ihn *„eine Phase, in der die Uhr keine Rolle mehr spielt, in der man fähig ist, in alle Richtungen zu denken.“* (Der Spiegel 2021, S. 74-75)

In der COVID-19-Pandemie wurde „*Social Distancing*“ das neue Credo und „*Digitalisierung*“¹ die Lösung dafür: Homeoffice und Videokonferenzen statt langer Anreise für (internationale) Meetings und Verhandlungen sind die bekanntesten Veränderungen quer über alle Abteilungen, Branchen, Unternehmensgrößen und Weltregionen - ohne digitale Technologien wären sie nicht möglich gewesen. Aber für den Accor-Chef bedeutete die Pandemie den Entzug der bisherigen Geschäftsgrundlage. Wie Bazin die von außen aufgezwungene Veränderung für unternehmensinternen Fortschritt nützt und wie auch Sie selbstbestimmt mit Krisen umgehen können, erfahren Sie in diesem Ratgeber.

Beachtliche 78 Prozent von 1.119 weltweit befragten Industriebetrieben² hielt die Digitalisierung im Shutdown entscheidungsfähig. Immerhin 34 Prozent konnten ihren Geschäftsbetrieb ungehindert fortführen:

„Unternehmen mit einem hohen digitalen Reifegrad sind bisher deutlich besser durch die Corona-Krise gekommen als die Konkurrenz.“
(Staufen AG 2020)

Möglich wurde das durch technologische Entwicklungen und laufende Kostenreduktion beim Erfassen, Speichern und Verarbeiten von Daten. Denn

¹ Digitalisierung bedeutet *„die digitale Umwandlung und Darstellung bzw. Durchführung von Information und Kommunikation oder die digitale Modifikation von Instrumenten, Geräten und Fahrzeugen“* (Bendel 2018).

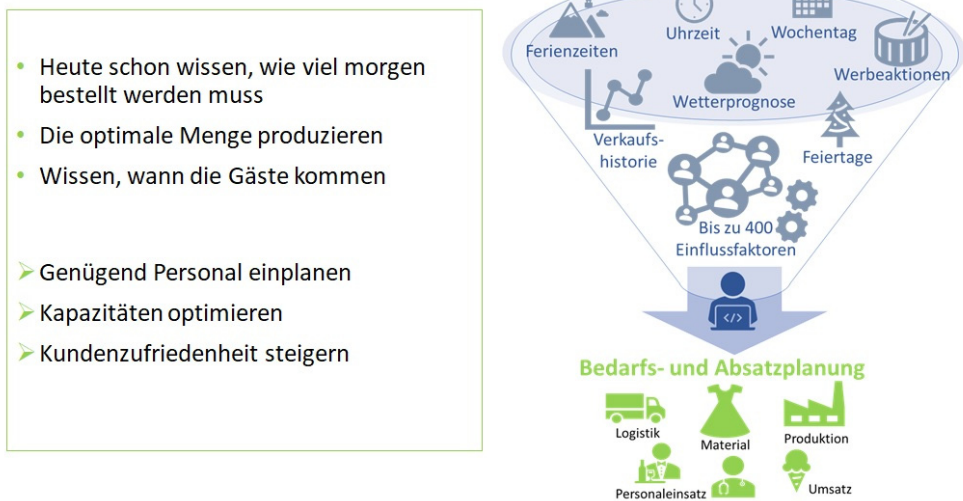
² Für die Studie „Digitalisierung 2020“ wurden 1.119 Unternehmen in Deutschland, USA, China, Brasilien, Mexiko, Schweiz, Italien, Polen, Ungarn, Tschechien und Rumänien vorwiegend aus den Branchen Maschinen- und Anlagenbau, Automotivesektor und Elektroindustrie im August 2020 von der Unternehmensberatung Staufen AG zusammen mit der Staufen Digital Neonex GmbH befragt.

Speichertechnologie und Rechenleistung ermöglichen es in zunehmenden Maße, Daten zu Bewegung, Umgebung, Zustand und Verbrauch, die bisher vielleicht gar nicht, aber nun oftmals sogar in Echtzeit gespeichert und weiterverarbeitet werden können.

Dabei kann ihre Aussagekraft durch Vernetzung und Algorithmen noch zusätzlich verstärkt werden (vgl. Fischer 2019c, S. 25): Die Personalplanung des Hotelbetriebes in den Bergen trifft die Anforderungen viel besser, wenn sie auch auf komplexen Einflussfaktoren und Erfahrungswerten beruht und die sich daraus ergebende Zahl einfach abgelesen werden kann.

Abbildung 2: Beispiel Predictive Analytics

Vom Bauchgefühl zur optimalen Planung: Bei komplexen Zusammenhängen mit selbstlernenden Algorithmen



Quelle: Fischer 2019c, S. 26

Je nach Branche, Unternehmensgröße und Wettbewerbsdruck nützen Unternehmen diese Möglichkeiten der Digitalisierung in unterschiedlichem Ausmaß. Dies wird zur besseren Übersicht in **Reifegraden** zusammengefasst.

Bei der digitalen Transformation unterscheidet man grob zwischen vier Stufen (vgl. Accenture und Industriellenvereinigung 2021):

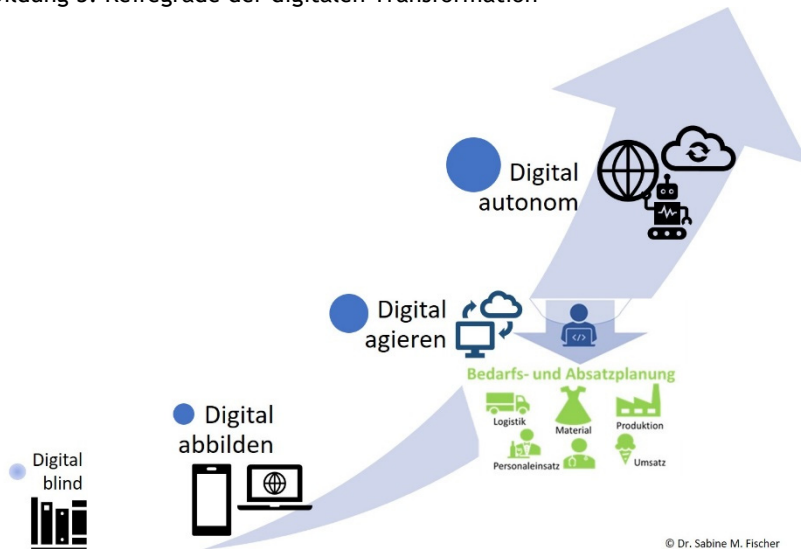
Stufe 0 (digital „blind“) bezeichnet die vorwiegend papierbasierte, jedenfalls nicht-digitalisierte, Datenspeicherung und Informationsübermittlung.

In **Stufe 1 (digital abbilden)** nützt das Unternehmen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), wie Computer- und Netzwerkhardware sowie die zugehörige Software, zum Abbilden und Sammeln von Informationen und zur Unterstützung der Kommunikation.

Stufe 2 (digital agieren) gibt jenen Reifegrad eines Unternehmens an, in dem digitale Technologien zur Optimierung von Prozessen und zur Analyse und Prognose, z.B. durch Vernetzung der gesammelten Daten, eingesetzt werden. Die Entscheidungen werden in dieser Stufe noch immer von Menschen getroffen.

In **Stufe 3 (digital autonom)** sind Prozesse weitgehend datengestützt und z.B. mithilfe Künstlicher Intelligenz automatisiert: Dies betrifft Produktionsprozesse ebenso wie Entscheidungsprozesse. Der Schwerpunkt liegt auf datenbasierten Produkt- und Dienstleistungsangeboten und digitalen Geschäftsmodellen.

Abbildung 3: Reifegrade der digitalen Transformation



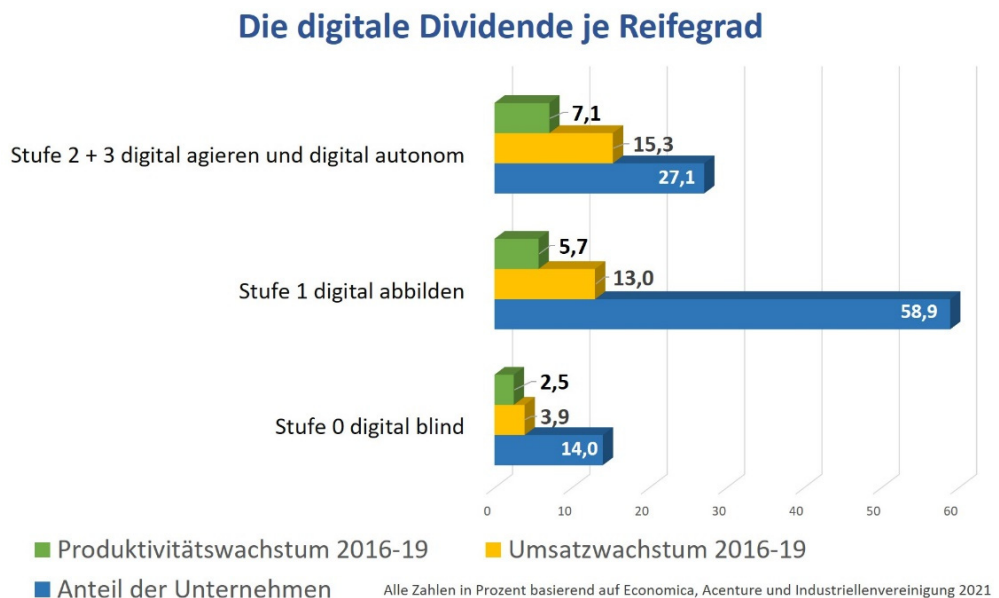
Dabei können **innerhalb eines Unternehmens** in unterschiedlichen Abteilungen und Bereichen **unterschiedliche Reifegrad-Ausprägungen** festgestellt werden.

Die Auswertung der Befragungsergebnisse der Studie „**Die digitale Dividende**“³ ergab, dass das mittelfristige Wachstum von Umsatz und Produktivität zwischen 2016 und 2019 mit jedem Grad der Digitalisierung gestiegen ist:

„Der Umsatz von Unternehmen auf Reifegradstufe 2 ist im Durchschnitt (alle anderen Faktoren gleichbleibend) um 16,5 Prozent höher als bei Unternehmen der Stufe 0. Pro Stufe ergibt sich eine Umsatzsteigerung von etwa 8,3 Prozent.“ (Accenture und Industriellenvereinigung 2021, S. 9)

Auf Basis der Studienergebnisse (Accenture und Industriellenvereinigung 2021, S. 7 und 9) habe ich für Sie folgende Übersicht zusammengestellt:

Abbildung 4: Wachstumskennzahlen und Anteil von Unternehmen je digitalem Reifegrad



Wie Sie sehen können, erreichen Unternehmen, die „**digital agieren**“ oder „**digital autonom**“ sind, ein **dreimal so hohes Umsatzwachstum** im Vergleich zu nicht digitalisierten Unternehmen. So kann ich **Philipp Krabb**, Manager Research **Accenture Österreich**, nur zustimmen, wenn er

³ Primärdatenerhebung durchgeführt von Industriellenvereinigung, Accenture und Economica Institut für Wirtschaftsforschung im Befragungszeitraum 18.12. 2020-31.1.2021: 92% Industrie, 8% Dienstleistung, 63% Großunternehmen, 37% KMU (bis zu 249 Beschäftigte)

feststellt, dass sich „*Digitalisierung für alle Unternehmen auszahlt.*“ (Accenture und Industriellenvereinigung 2021, S. 11).

Am meisten profitieren von einer Verstärkung der digitalen Transformation jene Unternehmen, die bereits in ihre Digitalisierung investiert haben: Denn der Nutzen der Digitalisierung potenziert sich 😊

Was für Amazon & Co gilt, gilt auch für österreichische Unternehmen: **Je höher der digitale Reifegrad eines Unternehmens ist, desto besser kommt es durch die Corona-Krise.** Dabei wächst die Bedeutung der datenbasierten Geschäftsmodellen, wie Mitglieder des Arbeitskreises Industrie 4.0/IoT schon 2019 im WKO-Ratgeber „*Spannungsfeld Digitalisierung: Einfach verstehen - einfach umsetzen*“⁴ anhand vieler Praxisbeispiele anschaulich gezeigt haben.

2021, während die Impfprogramme zur Bewältigung der Corona-Krise anliefen, erlebten wir hautnah, wie die Wissenschaft durch weltweite und digital organisierte Kooperation echte Problemlösung in noch nie dagewesener Geschwindigkeit ermöglichte. Filmgeschichten wie in „Deep Impact“, in denen Wissenschaftler:innen die Welt retten, sind Wirklichkeit geworden. Die **Erfolgsformel**, die weltweit und in allen Unternehmen gilt, lautet:

- ***Menschlicher Innovationsgeist***
- ***und digitale Technologie***
- ***in einem kooperativen Klima!***

Deshalb sollten Sie genau diese Ressourcen in Ihrem Unternehmen fördern, um Ihre Existenz für die Zukunft abzusichern - dies gilt ganz besonders in einer Krise.

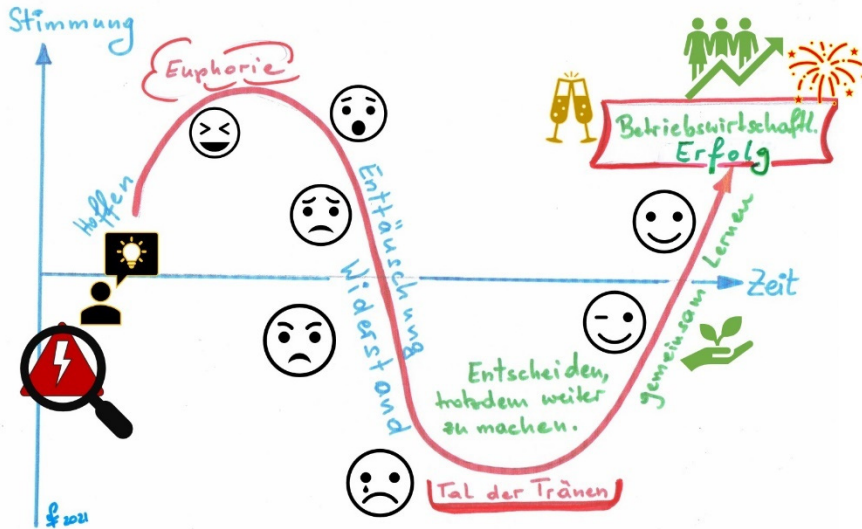
Dafür notwendige Innovations- und Veränderungsprozesse sind **keine einmalige Sache, sondern eine lange Reise** mit vielen Abbiegungen und Herausforderungen. Sie unterliegt einigen Gesetzmäßigkeiten, verläuft aber nie linear und benötigt Veränderungsbereitschaft auf allen Ebenen und in allen Bereichen des Unternehmens. **Je mehr Menschen** sich an dieser Reise **aktiv und konstruktiv beteiligen, desto höher ist die Erfolgswahrscheinlichkeit** für das Unternehmen.

Voraussetzung ist die Fähigkeit einer Organisation, die Veränderungsbereitschaft ihrer Mitarbeitenden zu aktivieren. Wie häufig bei menschlichem Verhalten kann man auch hier Wellenbewegungen beobachten.

⁴ Leseprobe, Inhaltsverzeichnis und Bezugsmöglichkeit finden Sie hier <https://webshop.wko.at/industrie-4-0/>

Die Wellen des Erfolgsfaktors „Menschliche Veränderungsbereitschaft“ sind abhängig vom Faktor „Stimmung“ im Zeitablauf. Dies ist der prototypische Zyklus:

Abbildung 5: Die Wellen der Veränderung in Unternehmen



Quelle: Fischer 2018

Höhe, Länge und Häufigkeit dieser Wellen sind in jedem Unternehmen anders. Sie hängen ab von

- der Individualität und
- dem Knowhow der handelnden Personen,
- der Unternehmenskultur⁵,
- der Organisation,
- der Branche,
- der Produkte,
- der Kundenstruktur,
- dem Wettbewerb und vielen anderen Umfeldfaktoren.

Aber bei allen erfolgreichen Unternehmen ist die letzte Etappe „Lernen und Leisten“ die längste und die betriebswirtschaftlich beste.

⁵ Die Kultur eines Unternehmens ergibt sich aus den „gemeinsame[n] Werte[n], Normen und Einstellungen, welche die Entscheidungen, die Handlungen und das Verhalten“ von Führungskräften und Mitarbeiter:innen bestimmen (Lies 2018).

Der vorliegende Ratgeber ist ein hervorragender Orientierungs-Reiseführer für Sie - Detail-Tipps für Ihr Unternehmen sind allerdings nur im Rahmen einer maßgeschneiderten Beratung möglich.

Was Sie hier anhand von Praxis-Beispielen erfahren, sind Möglichkeiten und Handlungsfelder zur **Förderung**

- a. des **Innovationsgeists** in Ihrem Unternehmen,
- b. der **Veränderungsbereitschaft** Ihrer Mitarbeiter:innen
- c. des Verständnisses von **neuen Geschäfts- und Wertschöpfungslogiken** durch Digitalisierung.

Damit können Sie auch in der Krisensituation für innovative Ideen der Digitalisierung in Ihrem Unternehmen **neue Ressourcen** erschließen, sie effektiv weiterentwickeln und sind für kommende Krisen besser gerüstet.

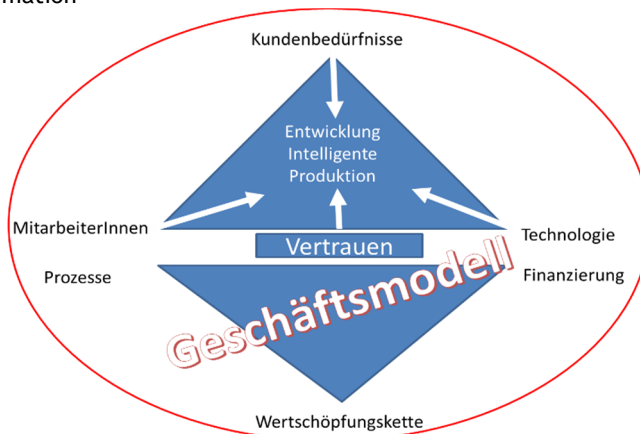
Dazu begleite ich Sie bei Ihrer Reise, beantworte Ihnen auf jeder der fünf Etappen die am häufigsten gestellten Fragen und gebe Ihnen dazu nützlichen Reiseproviant mit einfachen Handlungsempfehlungen. Damit können Sie den herausfordernden Weg von der Vision zur Digitalen Transformation auch in Krisenzeiten erfolgreich beschreiten.

Diese Reise ist keine einmalige und ist auch in Ihrem Unternehmen ein langfristiger Entwicklungsprozess, da „*die substantielle Veränderung von*

- *Prozessen,*
- *Geschäftsmodellen und*
- *Branchenstrukturen*

unter dem Einfluss von Informationstechnologie“ (Resch 2018) auch noch in der Zukunft auf Ihr Unternehmen wirken werden.

Abbildung 6: Einflussfaktoren, Zusammenhänge, Abhängigkeiten und Auswirkungen von Digitaler Transformation

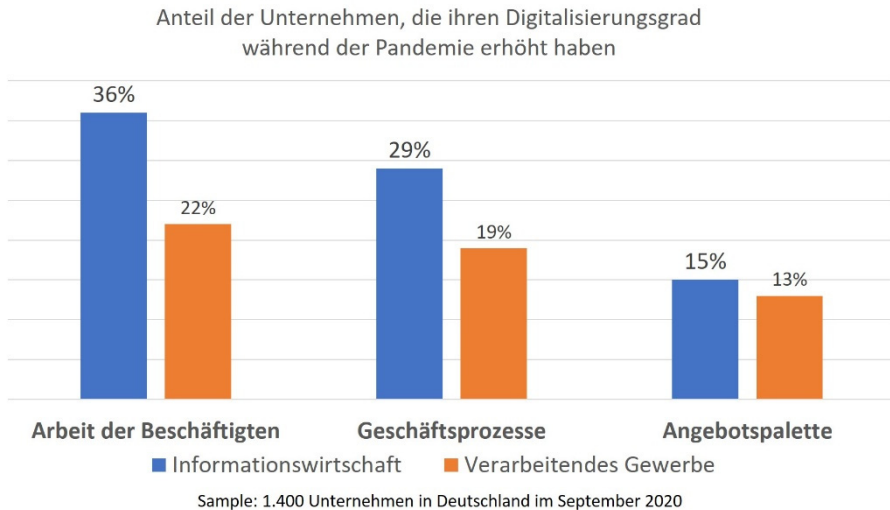


Quelle: Fischer 2019b, S. 11

Die große Herausforderung für Sie besteht darin, über den digitalen Transformationsprozess innerhalb dieser komplexen Zusammenhänge den Überblick zu behalten - dieser kurzweilige Ratgeber hilft Ihnen dabei!

Eine deutsche Studie aus September 2020 zeigt, dass es bei der Digitalisierung von **Angeboten** und **Geschäftsprozessen** vor allem im **Produktionsgewerbe** besonders viel Profilierungspotential gibt:

Abbildung 7: Digitaler durch Corona bei Arbeitsabläufen, Geschäftsprozessen, Angeboten



Quelle: DER SPIEGEL Nr. 29/17.7. 2021, S. 62-63, „Einfach mal machen!“

Der erste Schritt dafür ist es, sich die Herausforderungen der Digitalen Transformation genauer anzusehen, und dann fokussiert den Reiseweg zu gehen. **So kommen Sie und Ihr Unternehmen am Ende der COVID-19-Pandemie und zukünftiger Krisen zu neuen Ufern - statt zurück zur überholten Normalität der Vergangenheit.**

Nützen Sie dafür alle verfügbaren unterstützenden menschlichen und technologischen Faktoren und erhöhen Sie damit Ihre Erfolgswahrscheinlichkeit!

Dafür Weitblick, Geduld im Detail und konsequente Tatkraft wünscht Ihnen und Ihrem Team
Sabine M. Fischer

P.S. Vernetzen Sie sich mit mir auf [LinkedIn](#), damit Sie auch in Zukunft up-to-date bleiben - ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme 😊

VERZEICHNIS ALLER BEISPIELHAFT GENANNTEN UNTERNEHMEN, BEHÖRDEN UND ORGANISATIONEN

A1
ACCOR
ACCENTURE
ALFRED RITTER (RITTER SCHOKOLADE)
AMAZON
APPLE
ARBEITSMARKTSERVICE - ÖSTERREICH
ARBEITSKREIS INDUSTRIE 4.0/IOT
A-TRUST-HANDYSIGNATUR
AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA
AUTOBAHNINFRASTRUKTUR-BETREIBER
BEST BUY
BIPA
BOEING
BUNDESKANZLERAMT - ÖSTERREICH
BUNDESKRIMINALAMT - ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR FINANZEN - ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES - ÖSTERREICH
CARITAS
CROSSER
CS-CARITAS SOCIALIS PRIVATSTIFTUNG
DELOITTE
DIGITALISIERUNGSMINISTERIUM-TAIWAN
DM-DROGERIE MARKT
FACEBOOK
FORD
FRIDAYS FOR FUTURE
GEBHARDT FÖRDERTECHNIK
GOOGLE - ALPHABET
HAUBIS
HAUBIVERSUM
INDUSTRIELLENVEREINIGUNG
INSTAGRAM
INSTITUTE FOR FUTURE
JOBLOCAL
KODAK

KRONEN ZEITUNG
MAGENTA - T-MOBILE AUSTRIA
METALLTECHNIK-GEWERBEBETRIEB
MICROSOFT
OBI
ONLINE-MARKETING-AGENTUR
OTTO GROUP
PLAUDERNETZ
PLATTFORM INDUSTRIE 4.0
PWC - PRICE WATERHOUSE COOPER
REWE GROUP ÖSTERREICH
SAMSUNG
SPACEX
SPARETECH
SPIELWERT
STARBUCKS COFFEE COMPANY
STATISTA
STATISTIK AUSTRIA
STIEBEL-ELTRON
SWAROVSKI
TESLA
TOYOTA
TWITTER
UNITO
UNITED STATES ARMY WAR COLLEGE
UNO - UNITED STATES ORGANIZATION
UNSER Ö-BONUS CLUB (JÖ BONUS CLUB)
WIENER ZEITUNG
WHATSAPP
WKO - WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH
YOU TUBE
ZAHNARZT-PRAXIS
ZF FRIEDRICHSHAFEN