

Kluge politische Lösungen statt wirtschaftliches Long Covid

3 Fragen an... Alexander Kranki

[u!]: Wie wirkt sich die Corona-Krise auf Ihr Unternehmen aus?

Alexander Kranki: Die meisten denken, einem Internet-Unternehmen müsse es derzeit blendend gehen, weil die Digitalisierung durch Lockdown und Homeoffice rasch vorangetrieben wird. Das hilft kurzfristig aber nur Unternehmen, die zum Beispiel Hardware verkaufen oder Video-Conferencing-Lösungen anbieten. Dienstleister wie wir hängen entscheidend von der Lage bei ihren Kunden ab, und die ist bei vielen schlecht, weil sie in der Kino- und Veranstaltungs-Branche tätig und im Moment zur Untätigkeit verdammt sind. Seit März des vergangenen Jahres sind wir deshalb zu etwa 50 Prozent in Kurzarbeit, zuletzt aber mit sinkender Tendenz.

[u!]: Coronatest-Termine ebenso schnell und unkompliziert buchen wie Kinotickets – wie funktioniert das?

Alexander Kranki: Im Prinzip ist es dasselbe, und da wir umfangreiche Erfahrungen im Kinoticketing haben, konnten wir innerhalb weniger Tage für die Städte Duisburg, Krefeld und Bottrop eine Lösung bereitstellen, die auch hohem Andrang nach Schnelltests gewachsen ist. Zusätzlich haben wir in Rekordzeit den Workflow der städtischen Testzentren digital abgebildet. So konnte insbesondere Duisburg als eine der ersten Städte in Deutschland eine große Zahl Schnelltests professionell abwickeln, was sich jetzt in Form rasch sinkender Inzidenzwerte auszahlt.

[u!]: Bei einem Interview im März 2020 waren Sie noch vorsichtig optimistisch – wie blicken Sie jetzt in die Zukunft bzw. was ist Ihr Appell oder Wunsch gegenüber der Politik?



Alexander Kranki ist Geschäftsführer der Krankikom GmbH. (Foto: Kleff)

Alexander Kranki: Im selben Maß, wie die Einschränkungen aufgehoben werden, wird das Geschäft unserer Kunden zurückkehren. Allerdings wird Kapital für die nächsten Jahre bei ihnen knapp bleiben, weil Kredite getilgt werden müssen, mit denen Corona-Verluste bezahlt wurden. Wir brauchen kluge politische Lösungen,

die den Unternehmen trotz einer dramatisch verschlechterten Bilanzstruktur weithin Investitionen und Innovationen erlauben, damit der überstandenen akuten Krise kein „wirtschaftliches Long Covid“ folgt.

Das Interview führte
Geraldine Klan

Info

Die Krankikom GmbH in Duisburg ist eine Digital-Agentur mit 100 Mitarbeitern. Sie entwickelt für mittelständische Kunden und Großunternehmen individuelle Web- und App-Lösungen zur digitalen Transformation. Das Tätigkeitsspektrum reicht von der Digital-Change-Beratung über die Konzeption und Entwicklung von Software bis zu deren hochverfügbarem Betrieb.

➤ www.krankikom.de

Test- und Impf-Strategie wird gut angenommen und zahlt sich aus

3 Fragen an... Norbert Gatz

[u!]: Die Corona-Schutzverordnung des Landes NRW schreibt vor, dass Menschen mit einer Behinderung, die in einer Einrichtung leben, einmal wöchentlich mit Hilfe eines Schnelltests getestet werden müssen. Wie wird diese Vorgabe bei Ihnen umgesetzt?

Norbert Gatz: Diese Vorgaben stellen die Mitarbeitenden in der Eingliederungshilfe vor besondere Herausforderungen. Seit Beginn der Pandemie sind diese besonders gefordert und die Schnelltest-Strategie der Landesregierung verlangt nochmal ein weiteres Stück mehr Einsatz. So entstand bereits Ende des vergangenen Jahres die Idee, sich Unterstützung von externen Kräften zu holen. Seit Anfang Januar 2021 sind zwei Teams im Einsatz, um die Bewohnerinnen und Bewohner sowie die Mitarbeitenden unserer sechs Duisburger Wohnstätten zu testen. In einem festen Rhythmus fahren sie die Wohnstätten an und führen die Antigen-Schnelltests durch. Innerhalb von 15 Minuten liegt das Ergebnis vor. Im Falle eines positiven Tests wird ein PCR-Test durchgeführt. Anhand dieses Ergebnisses werden dann weitere Maßnahmen ergriffen.

[u!]: Wie sind Ihre Erfahrungen mit den Testungen in den Wohnstätten?

Norbert Gatz: Die Testungen werden mittlerweile gut angenommen. Und die Test-Strategie zahlt sich aus: Durch die Schnelltests konnten bereits frühzeitig Erkrankungen erkannt werden. Ebenfalls erhöhen die regelmäßigen Tests die Wachsamkeit und Verdachtsfälle können schnell und unproblematisch abgeklärt werden.

[u!]: Sie gehörten bei der Einführung der Tests zu den Vorreitern, beim



Norbert Gatz ist pädagogischer Leiter bei den LebensRäume Für Menschen in Duisburg gGmbH. (Foto: LebensRäume)

Impfen ebenfalls. Können Sie hierzu Ihre Erfahrungen schildern?

Norbert Gatz: Der größte Teil unserer Bewohnerinnen und Bewohner und mehr als drei Viertel der Mitarbeitenden haben im vergangenen April die erste Schutzimpfung erhalten. Mobile Impfteams des städtischen Impfzentrums waren dafür mehrere Tage im Einsatz. Vor Ort wurden kleine Impfstationen eingerichtet, Verwaltungsmitarbeiter der LebensRäume unterstützten bei den Schreibtätigkeiten. Bereits im Vorfeld wurden Einverständniserklärungen eingeholt und alle über die Impfungen aufgeklärt. So konnte

der Ablauf vor Ort effizient gestaltet werden und die Impfungen konnten zügig innerhalb weniger Stunden vorgenommen werden. Auch die individuellen Bedürfnisse unserer Bewohnerinnen und Bewohner wurden von allen berücksichtigt. Von den Mitarbeitern des Duisburger Impfzentrums bis hin zu den einzelnen Impfpflichtigen und –ärztinnen, die besonders gut auf die Menschen eingegangen sind. Dies betrifft besonders die verständlich geführten Aufklärungsgespräche.

Das Interview führte
Geraldine Klan

Info

Seit über 40 Jahren fördert die LebensRäume Für Menschen in Duisburg gGmbH als gemeinnütziges Unternehmen das selbstbestimmte und individuelle Wohnen und Leben von Menschen mit Behinderung. Die Gesellschaft mit Sitz in Duisburg unterstützt über 250 Bewohner*innen sowie Klient*innen im Raum Duisburg in verschiedenen Betreuungsformen.

➤ www.lebensraeume-duisburg.de

Digitale Live-Events als Plan B in der Krise

3 Fragen an... Marco Pfothenhauer

[u!]: Wie wirkt sich die Corona-Pandemie in Ihrem Unternehmen aus? Vermutlich sind Budgets bei den Kunden eingefroren und Investitionen werden geschoben, oder?

Marco Pfothenhauer: Nun, die Folgen der Pandemie auf die Agentur sind schon deutlich spürbar gewesen, zumal wir neben unseren etablierten Leistungen und Servicebereichen rund um die Marketingkommunikation traditionell auch einen starken Messe- und Eventbereich haben, der in seiner konventionellen Form natürlich komplett brachliegt. Haben wir in „normalen Jahren“ durchschnittlich 15 bis 20

nationale und internationale Messebeteiligungen und Events für unsere Kunden geplant und auf Wunsch im Full-Service realisiert, so waren es seit März des vergangenen Jahres 0. Der nächste, kundenseitig avisierte Messestand ist auf der AMB in Stuttgart im September 2022! Weiterhin kundenseitig bestehende Reise- und Besuchsverbote machen auch das Tagesgeschäft nicht leichter. Doch wir haben aus der Not eine Tugend gemacht und einen Plan B entwickelt.

[u!]: Ihr Plan B in der Krise war, eine virtuelle Plattform für digitale Live-Events zu entwickeln. Was ist das Alleinstellungsmerkmal Ihres Angebotes?

Marco Pfothenhauer: Unsere Plattform für digitale Live-Events (<https://portal.roots48.com>) ermöglicht eine Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten und bietet vor allen Dingen auch live Interaktionsmöglichkeiten zwischen den Teilnehmenden. Die Plattform umfasst Bereiche für Workshops und Produktpräsentationen, ein Auditorium für Vorträge und sogar eine ganze Messehalle. In einem Networking-Bereich können sich Personengruppen zum Gespräch und persönlichen Austausch treffen – zu allgemeinen oder gezielt im Vorfeld definierten Themen. Hier bietet unsere Plattform aus meiner Sicht sogar große Vorteile zu den konventionellen Präsenzveranstaltungen, weil ich hier gezielt nach gleichen Interessenslagen suchen kann und nicht von der Zufallsbekanntschaft am Kaffeetisch abhängig bin. Ich nenne das unseren Business-Tinder. Darüber hinaus wird die Plattform natürlich individuell auf das Corporate Design des Kunden customized und die Services sind modular

buchbar. Der Anfangs-Invest lässt sich in der Folge weiter nutzen, denn der Content kann auch über den Event hinaus genutzt werden. Man könnte sogar so weit gehen, das Portal als Einstiegsseite eines neuen Internetauftritts zu sehen.

[u!]: Ihr Team ist ins Homeoffice ausgelagert. Wie organisieren Sie den Arbeitsablauf und wie führen Sie auf Distanz?

Marco Pfothenhauer: Ja, das Team ist weitestgehend aus dem Remote-Office tätig. Das klappt sehr gut – so gut, dass wir planen, aus dieser Phase in den Flex-Office-Modus zu wechseln. Hier hat die Pandemie etwas Positives bewirkt und als Booster für die Anpassung an eine zeitgemäße und zukunftsfähige Form der Zusammenarbeit auch im Sinne der Mitarbeitenden fungiert. Selbstverständlich vermissen wir alle derzeit die persönliche Begegnung und das Miteinander am Arbeitsplatz. Dies ersetzen aktuell allmorgendliche Teams-Runden,



Marco Pfothenhauer ist CEO von ROOTS 48 in Duisburg. (Foto: ROOTS 48)

in denen wir reflektieren, was geleistet wurde und wer sich bis wann um was kümmert. So halten wir uns gegenseitig auf dem Laufenden und sorgen dafür, dass unsere Kunden keine

Einschränkungen in unseren Services verspüren.

Das Interview führte
Geraldine Klan

Info

ROOTS 48 ist eine Full-Service Agentur für integrierte Kommunikation. Schwerpunkte sind Business-to-Business Kommunikationslösungen. Die Agentur mit 27 Mitarbeitern wurde 1948 gegründet.

➤ www.roots48.com