Inhaltsverzeichnis

Teil I Corona als Transformationskatalysator

Pandemieinitiierte ökonomische und soziale Wandlungsprozesse **3**
Kai Rahnenführer
1 Einführung 4
2 Ökonomische und soziale Wandlungsprozesse 6
2.1 Überblick 6
2.2 Ökonomische Wandlungsprozesse 7
2.3 Soziale Wandlungsprozesse 10
2.4 Ausblick 17
3 Schlussbetrachtung 18
4 Der Autor 19
Literatur 19

Neue Spielregeln für Gesellschaft, Unternehmen und öffentliche Einrichtungen ... **21**
Thomas Breyer-Mayländer
1 Was ist systemrelevant? 23
2 Social Distancing oder Physical Distancing – was bedeutet „Nähe" in einer Pandemie? 25
3 Das Credo der digitalen Transformation – alles wird digitalisiert? 29
4 Besonders betroffene Bereiche aus der statistischen Perspektive 30
5 Vom Corona-Management zum Transformationsmanagement 34
6 Der Autor 38
Literatur 38

Innovieren oder resignieren – Corona als ein Weckruf für den stationären Einzelhandel? **43**
Andrea Müller
1 Pandemie als Weckruf 44
2 Stärken und Schwächen für den stationären Einzelhandels 46
3 Die strategischen Erfolgsfaktoren 47

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/1230698922

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

4 Handlungsempfehlungen für einen Internetverkaufskanal 48
5 Gestaltung eines Multi-Channel-Angebots 49
6 Die Autorin 51

Extended Reality – Neue (virtuelle) Realitäten in Corona-Zeiten? 53
Christopher Zerres
1 Einführung 54
2 Begriffsabgrenzung 54
3 Voraussetzungen für die Entstehung neuer Realitäten 56
4 Beispiele neuer virtueller Realitäten 57
5 Diskussion der Chancen und Risiken 58
6 Schlussbetrachtung 61
7 Der Autor 61
Literatur 62

Pandemie und Moral 63
Christopher Zerres
1 Einführung 64
2 Moralische Veränderungen in Zeiten der Pandemie 64
3 Moralische Veränderungen als Zeichen einer neuen Aufklärung 66
4 Moralische Veränderungen und politische Ökonomie 66
5 Der Autor 69
Literatur 69

Teil II Transformationsfeld Wirtschaft und Arbeitswelt

New Work zwischen Corona und Unternehmenskultur 73
Swen Laempe
1 Remote zwischen Home und Office 74
2 Das wirklich wirkliche New Work 75
3 Corona und das neue Normal 76
4 Kultur als das plasmabildende Element 77
5 Artefakte einer Remote Culture 78
6 Die stetig wiederkehrende Kulturmatrix 79
7 Die Paradoxie der Selbstorganisation 82
8 Die Resilienz sozialer Systeme 84
9 Fazit 84
10 Der Autor 85
Literatur 85

Die Cyber-Normalität 87
Dirk Drechsler
1 Eine „neue“ Bedrohungslandschaft? 88
1.1 Ein Überblick zur aktuellen Lage 88

1.2 Risiken und Krisen ... 89
1.3 Die Technologie-Konvergenz und das Risikopotenzial ... 91
2 Langfristiges strategisches Risikomanagement ... 95
2.1 Der strategische Aspekt für eine Antizipation von Cyber-Risiken ... 96
2.2 Der Systemzusammenhang für eine Antizipation von Cyber-Risiken ... 97
2.3 Der Zukunftsaspekt für eine Antizipation von Cyber-Risiken ... 100
3 Integratives Risikomanagement ... 102
3.1 Die Entwicklung von Durchgängigkeit ... 102
3.2 Der Bezug zur Unternehmens- und Cyber-Sicherheit ... 104
4 Zusammenfassung und Ausblick ... 106
5 Der Autor ... 107
Literatur ... 107

Cyber Threat Intelligence ... 111
Dirk Drechsler
1 Innovationen und Begleiterscheinungen ... 112
2 Der Gesamtzusammenhang ... 113
3 Der Cyber Threat Intelligence Zyklus ... 114
4 Die antizipative Modellierung von Cyber-Risiken ... 118
5 Zeitbasierte Angriffe – zeitbasierte Analysen ... 121
6 Zusammenfassung ... 125
7 Der Autor ... 129
Literatur ... 129

Neue Kanäle – neue Daten: Die veränderte Rolle von Kundendaten im Handel ... 133
Simone Braun, Dan Follwarczny und Andreas Heißler
1 Corona-Pandemie rückt Kundendaten in den Fokus ... 134
2 Die Bedeutung von Daten und ihrer Qualität im Handel – Hebel, um Geld zu verdienen ... 136
3 Kundendaten ... 137
3.1 Verhaltensdaten ... 139
3.2 Strukturiertheit von Kundendaten ... 140
3.3 First-, Second- und Third-Party-Daten ... 140
4 Von anonym zu bekannt ... 141
4.1 Identity Resolution ... 144
4.2 Deterministisches und Probabilistisches Matching ... 147
4.3 Identity Graph ... 148
4.4 Customer Digital Twin ... 148
5 Datensilos, Datentöpfe und Datenströme ... 150
6 Plattformen ... 151
7 Handlungsempfehlungen und Ausblick ... 155
8 Die Autor*innen ... 157
Literatur ... 157

Virtual Reality – Einsatzmöglichkeiten und Beispiele aus der Praxis 161
Rolf Illenberger, Kai Israel und Christopher Zerres
1 Einführung 162
2 Begriffsabgrenzung und zentrale Einsatzgebiete 163
3 Use Cases 166
3.1 Siemens AG – Einsatz von VR zu Schulungszwecken 167
3.2 XING Events – Erweiterung von Online-Events mit VR 168
3.3 AST GmbH – Interaktiv gestalteter Theorieunterricht mit VR 169
3.4 Deutsche Welle – Wie die Kulturbranche von VR profitiert 170
3.5 RBB – Einsatz von VR hilft Museen während Schließungen und Lockdowns 172
4 Schlussbetrachtung 173
5 Die Autoren 174
Literatur 174

Herausforderungen durch Corona für die Durchführung von Seminaren und Trainings 177
Holger Prante und Thomas Kortüm
1 Einleitung 178
1.1 Corona – Eine neue Situation 178
1.2 Struktur des Beitrags 179
1.3 Begriffsdefinitionen 179
1.4 Ziele von Trainings und Seminaren 180
1.5 Beschreibung der Stellhebel 180
2 Vor der Veranstaltung 182
2.1 Organisation 182
2.2 Teilnehmer 185
2.3 Trainer 185
3 Während der Veranstaltung 187
3.1 Organisation 187
3.2 Teilnehmer 188
3.3 Trainer 188
4 Nach der Veranstaltung 192
5 Fazit 193
6 Die Autoren 194
Literatur 194

Die neue Welt der Seminare und Coachings 195
Jürgen Eller
1 Was ist in der Welt der Seminare und des Coachings los? 196
2 Corona hat die Bedeutung der (Selbst-)Führung verstärkt 196
3 Wie kann eine neue Führungskultur zum Alleinstellungsmerkmal (USP) werden? 197

4 Diese Seminar- und Coachingthemen haben Zukunft 199
5 Fazit 200
6 Der Autor 200
Literatur 200

Netzwerken während der Corona-Pandemie: Wie unser persönliches Netzwerk digital lebendig bleibt 201
Laura Wamprecht
1 Einführung 202
2 Digitales Netzwerken – Eine Kunst für sich? 206
2.1 Was hat Corona am Netzwerken verändert? 206
2.2 Virtuell oder in Person – Was ist besser? 209
2.3 Die Energie fließen lassen – was hält ein digitales Netzwerk am Leben? 210
2.4 Wie Gemeinsamkeit und das Unterschiedliche virtuell getriggert werden können 211
3 Schlussbetrachtung 214
4 Die Autorin 214
Literatur 215

Teil III Transformationsfeld Unternehmen und Branchen

Wandel in der Zulieferbranche am Beispiel eines Zulieferers der Luftfahrt 219
Thomas Mauthe
1 Einführung 220
2 Hintergrund Luftfahrt 220
3 Entwicklung der Corona-Situation 222
4 Konsequenzen und wohin die Reise geht 226
5 Zusammenfassung und ein vorsichtiger Ausblick 227
6 Der Autor 228
Literatur 228

Pandemiebedingter Wandel in der Produktion am Beispiel eines Lieferanten der Luftfahrtindustrie 229
Fritz Schaumann
1 Die Ausgangslage – Vieles neu und doch alles gleich? 230
2 Die Auswirkungen durch den Kunden 231
3 Das Änderungsmanagement 233
4 Der Corona-Effekt auf die Zulieferkette 235
5 Die Auswirkungen auf Wareneingang, Lager und interne Logistik 236
6 Die Veränderung in der Produktion und bei den Mitarbeitern 237
7 Schlussbetrachtung 239
8 Der Autor 240
Literatur 240

Krise und Wandel im B-to-B-Geschäft, oder die Bereitschaft, sich teilweise neu zu erfinden **241**
Jürgen Dreher und Claudia Dehne
1 Der Status quo des Unternehmensverbundes im Frühjahr 2020 242
2 Der Umgang mit unvorhersehbarer Dynamik im Frühjahr 2020 243
3 Die Pandemie-Maßnahmen als Katalysator für ungewöhnliche Portfolioergänzungen 246
4 Fazit 252
5 Über die Autorin und den Autor 253
Literatur 253

Von stornierten Zimmerbuchungen zum PARETO-Gast **255**
Swen Laempe und Sandra Schiller
1 Die Teilnehmer des Interviews 261

Wandel und Krise im Gastronomiebereich: Herausforderungen und Handlungsempfehlungen für Restaurants **263**
Laura Cherkaoui
1 Einführung 264
2 Wesentliche Herausforderungen 264
3 Innovative Handlungsoptionen 265
4 Interview und Befragungen 268
5 Die Autorin 270
Literatur 270

Coronahilfen für die Exportwirtschaft **271**
Andreas Klasen
1 Hintergrund 272
2 Die Bedeutung staatlicher Exportfinanzierung 273
3 Europäische Regierungen als Innovationstreiber 274
4 Zusammenfassung und Bewertung 276
5 Der Autor 276
Literatur 277

Herausforderungen der COVID-19-Pandemie im grenzüberschreitenden Wirtschaftsraum und Lösungsansätze **279**
Fiona Härtel und Sina Vogt
1 Status Quo der Wirtschaftslage im grenzüberschreitenden Wirtschaftsraum vor der COVID-19-Pandemie 280
1.1 Vorstellung der Stadt Kehl am Rhein als Grenzstadt in der Oberrheinregion 280
1.2 Entwicklung der Tourismusbranche und des Handels in Kehl 282

2 Herausforderungen im grenzüberschreitenden Wirtschaftsraum vom ersten bis zum dritten Lockdown ... 284
2.1 Handel, Gastronomie und Hotellerie ... 284
2.2 Gewerbe und Dienstleistungen ... 288
2.3 Grenzpendler*innen ... 290
3 Lessons learned – digitaler Wandel in der Wirtschaft und Verstetigung des grenzüberschreitenden Krisenmanagements ... 293
4 Fazit ... 294
5 Die Autorinnen ... 295
Literatur ... 295

Digitale Einkaufsstadt Oberkirch ... 297
Nadine Klasen
1 Einführung ... 298
1.1 Standort Innenstadt Oberkirch ... 298
1.2 Auswirkungen der Corona-Pandemie ... 299
1.3 Zielstellung ... 299
2 Unterstützungsmaßnahmen der Stadt Oberkirch ... 300
2.1 Grundsätzliche Bestandspflege ... 300
2.2 Digitales Standortmarketing ... 300
2.3 Aktionsbündnis Innenstadt ... 302
3 Fazit ... 303
4 Die Autorin ... 303

Teil IV Transformationsfeld Kreativ- und Kulturwirtschaft

Kultur- und Kreativwirtschaft in der Krise? ... 307
Thomas Breyer-Mayländer
1 Wie ist der Kultur- und Kreativsektor definiert? ... 308
2 Kultur- und Kreativwirtschaft und die digitale Transformation vor Corona ... 309
3 Systemrelevanz von Kultur ... 315
4 Zwischen Lockdown und öffentlicher Förderung ... 317
5 Der Autor ... 324
Literatur ... 324

Überlebensstrategien von Musiker*innen während der Pandemie ... 327
Markus Birkle
1 Hintergrund ... 328
2 Beschreibung des künstlerischen Schaffens vor der Pandemie ... 329
3 Veränderungen und Überlebensstrategien aufgrund der Pandemie ... 332
4 Perspektiven für die Zeit nach der Pandemie ... 337
5 Fazit ... 340
6 Der Autor ... 341
Literatur ... 342

Beschleunigt durch die Krise: Die Hamburger Kunsthalle auf dem Weg zum Digitalen Museum **343**
Sina Fuhrmann, Martina Gschwilm, Katharina Hoins, Jan Metzler und Andrea Weniger
1 Einleitung 344
2 Grundsätze für die Hamburger Kunsthalle als Digitales Museum 345
3 Beispiele konkreter Maßnahmen 348
3.1 Website 349
3.2 Online-Ticketing 350
3.3 Social Media 351
3.4 Digitale Ausstellungseröffnungen 355
3.5 Digitale Vermittlung – Hausbesuche einmal anders 357
4 Ausblick 361
5 Über die Autor*innen 362
Literatur 363

Die Corona-Transformation eines Museums **365**
Stefan Mattern
1 TECHNOSEUM als Landesmuseum für Technik und Mannheim 366
2 Erfahrungen mit der Corona-Zeit 366
3 Fazit: Individuelle Förderung im Distanzlernen 368
4 Der Autor 370

Kulturkiller Corona **371**
Simon Moser
1 Kulturschaffende und ihre Ausgangslage 2020 372
1.1 Motivation: Wir geben der Kultur ein Gesicht 373
1.2 Vorgehen und Partner 375
2 Fünf Corona-Phänomene 377
2.1 Kommunikation verbessert sich 378
2.2 Neue Formate entstehen 379
2.3 Strategische Allianzen werden geknüpft 381
2.4 Spielräume werden anders genutzt 382
2.5 Solidarität wächst 383
3 Fazit 385
4 Der Autor 385

Erfahrungen mit der Pandemie aus Sicht der Agentur- und Eventbranche **387**
Thomas Breyer-Mayländer, Maik Förster und Rafael Yupanqui
1 Interview mit Maik Förster (Stage Concept GmbH) 388
2 Interview mit Rafael Yupanqui (YUPANQUI – Agentur für kommunikative Zuspitzung) 390
3 Die Interviewpartner 392

Teil V Transformationsfeld Bildung und Wissenschaft

Corona als Herausforderung für Bildung **395**
Thomas Breyer-Mayländer
1 Unterschiedliche gesellschaftliche und persönliche Funktionen von Bildungseinrichtungen 396
2 Digitalisierung des Bildungswesens als Aufgabe der Vor-Coronaphase 397
3 Bildungs- und Chancengerechtigkeit 404
4 Praktische Umsetzungen eines coronagerechten Lehrbetriebs 406
4.1 Krisen- und Sicherheitsmanagement an Schulen 406
4.2 Reaktionsmuster der Politik 411
5 Bildungspolitik und Corona-Management – Kommunikations- und Organisationsprobleme 414
6 Der Autor 415
Literatur 416

Empirische Forschung als Herausforderung im laufenden Lehrbetrieb – Lösungsansätze aus der Praxis **419**
Annebeth Demaeght, Andrea Müller und Christina Miclau
1 Hintergrund 420
2 Fallbeispiel Marktforschung 420
2.1 Problemdefinition 421
2.2 Informationsgewinnung 421
2.3 Informationsverarbeitungsphase 422
2.4 Fazit 423
3 User Experience Testings mit Customer Experience Tracking 423
3.1 Module zur Messung der User Experience 423
3.2 Online durchgeführte User Experience Testings 426
3.3 Offline durchgeführte User Experience Testings unter Beachtung der Verordnungen 427
4 Fazit und Ausblick 428
5 Die Autorinnen 429
Literatur 429

Digitale Lehre weiterentwickeln **431**
Michael Canz und Daniela Schlemmer
1 Digitale Lehre an Hochschulen 432
2 Ausgangsbasis an der Hochschule Offenburg 432
3 Die digitalen Semester an der Hochschule Offenburg 433
3.1 Sommersemester 2020: Adaption an neue Rahmenbedingungen 433
3.2 Wintersemester 2020/2021: Entdeckung und Nutzung neuer Möglichkeiten 436
4 Rückkehr zu Präsenz – was bleibt? 437
4.1 Chancen 437

4.2 Risiken ... 438
4.3 Chancen nutzen, Risiken verringern ... 440
5 Ein Praxisbeispiel: *Digitales Labor* ... 441
6 Ausblick ... 444
7 Die Autoren ... 444
Literatur ... 445

Studieren während einer Pandemie ... 449
Jasmin Nimmrich
1 Erste Bilanz nach anderthalb Jahren Pandemie ... 449
2 Fazit einer Pandemieerfahrung ... 453
3 Die Autorin ... 454

Schulbetrieb als Stakeholdermanagement in Coronazeiten ... 455
Beate Ritter
1 Schulbetrieb unter Pandemiebedingungen – der Einstieg ... 456
2 Digitalisierung als „neue" Kernaufgabe ... 457
2.1 Praxisanforderungen – stabile, umsetzbare Lösungen ... 457
2.2 Befunde aus der Forschung „Digitalisierung im Schulsystem" ... 457
2.3 Wie erfüllt man die theoretischen Anforderungen in der Praxis? ... 458
3 Corona-Management als Stakeholdermanagement ... 460
3.1 Stakeholder an Schulen mit besonderer Relevanz unter Corona-Gesichtspunkten ... 460
3.2 Schülerinnen und Schüler ... 461
3.3 Eltern ... 461
3.4 Schulisches Personal: Nicht nur Lehrer*innen ... 462
3.5 Schulleitung ... 462
4 Fazit ... 463
5 Die Autorin ... 463
Literatur ... 463

Herausforderung Schule ... 465
Joana Kling, Britta Klopsch und Anne Sliwka
1 Lernen im 21. Jahrhundert ... 466
2 Forschungswissenschaftliche Verortung individueller Förderung in der Schule ... 467
3 Fragestellung und Methodik ... 469
4 Ergebnisse: Individuelle Förderung von Schüler*innen in der Corona-Pandemie ... 469
4.1 Die Gestaltung der Lernumgebung ... 470
4.2 Lernbegleitung und -reflexion ... 470
4.3 Beziehungsgestaltung ... 472
5 Diskussion ... 473
6 Fazit: individuelle Förderung im Distanzlernen ... 474
7 Die Autorinnen ... 475
Literatur ... 475