

v.l.n.r. Markus Meyer (Inhaber Cajon Direkt), Michael Thieme und Dr. Kyrill Meyer vom Projekt Sys-Inno

Sys-Inno verbindet Wissenschaft und Wirtschaft

»Ihr Problem – Unsere Forschungsaufgabe!« Das ist das Motto von Sys-Inno, einem engagierten Vorhaben des Instituts für Informatik, welches sich speziell an kleine und mittlere Unternehmen in der Region Mitteldeutschland richtet.

Sys-Inno steht dabei als Synonym für die systematische Erschließung von Innovationen und zielt darauf ab, die Innovationskraft der Region zu stärken. Gerade kleine und mittlere Unternehmen arbeiten oft an der Grenze ihrer Ressourcen. »Oft wissen die Unternehmen sehr genau, wo sie der Schuh drückt. Sie haben aber kaum Zeit, sich Gedanken über neue Technologien, die Optimierung von Prozessen oder die Lösungsfindung zu machen. Dies können wir als Universität den Unternehmen abnehmen und eine unabhängige Beratung bieten«, erklärt Michael Thieme, Sys-Inno Projektmitarbeiter.

Das Projekt ist an die Informatik-Fakultät angebunden und bietet gemeinsam mit weiteren Partnern aus Sachsen Leistungen in den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnologien, Produktions-, Prozess-, Dienstleistungs-, Personal- und Projektmanagement an. Die Förderung des Projektes durch das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung ermöglicht eine kostenfreie Erstberatung sowie Unterstützung durch die Projektmitarbeiter und qualifizierte Studenten.

Und wie funktioniert das Ganze in der Praxis? Im Zuge einer Initialberatung werden in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen der Bedarf und das Innovationspotential identifiziert und anschließend ein passendes Lösungskonzept ausgearbeitet. Wie bei der Cajon Direkt Instrumentenmanufaktur aus Halle. Das Unternehmen nutzt ausschließlich das Internet als Vertriebskanal und verkauft europaweit mittels eines eigenen Shop-Systems die handgefertigten Instrumente. In diesem innovativen Geschäftsmodell liegt die besondere Herausforderung für Hersteller und eingesetzte Technologie, meint In-



Foto: Sys-Inno

haber Markus Meyer: »Musikinstrumente sind emotionale Konsumprodukte, die der Kunde oft ausprobieren und anfassen möchte.«

Im Falle von Cajon Direkt konnten im Anschluss an die Erstberatung eine Reihe von Maßnahmen initiiert werden. So wurden fachübergreifend im Rahmen des Seminars »Global Competitiveness Program« je zwei Studenten der Universität Leipzig und der Ohio University (USA) damit beauftragt, das bestehende Marketingkonzept der Firma zu erweitern und Vorschläge für eine Erhöhung des emotionalen Einkaufserlebens im Internet zu erarbeiten. In enger Abstimmung wurde ein tragfähiges Konzept entwickelt, welches die bestehenden Ideen von Cajon Direkt aufgreift und ausbaut. In einem zweiten Schritt erfolgt nun die technische Umsetzung am Institut. Hier werden die entwickelten Ideen nun schrittweise in den bestehenden Internetauftritt der Manufaktur integriert.

Dies ist nur ein Beispiel aus rund 40 bereits angestoßenen Kooperationen, welches das enorme Entwicklungspotential einer engeren Verzahnung von Wirtschaft und Wissenschaft verdeutlicht.

Michael Thieme

Weitere Informationen:

www.sys-inno.de

www.cajon-direkt.de