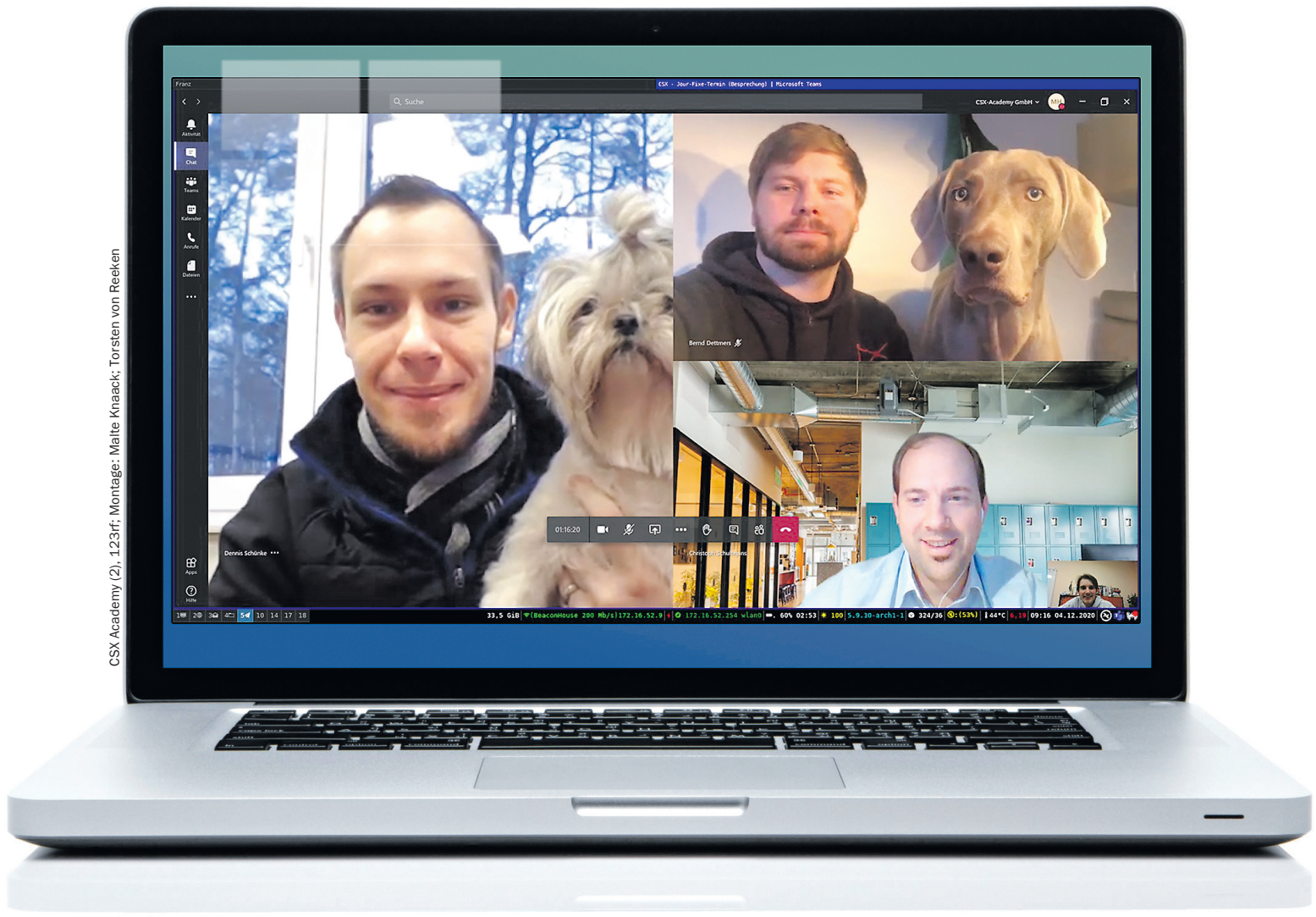
Positiv bleiben!
Warum die Baufirma Döpker Coporate-Happiness-Botschafter beschäftigt **Seite 20**

Der weite Weg bis Weihnachten

Von wegen besinnliche Adventszeit: Bei den Gründern der CSX Academy ballt sich im Dezember die Arbeit. Im kommenden Jahr soll deshalb dringend das Personal aufgestockt werden. Nicht das einzige Großprojekt des Start-ups.

VON ROBERT OTTO-MOOG



CSX Academy (2); 123rf; Montage: Malte Knaack; Torsten von Reeken

Videokonferenz mit dem Gründerteam (von links): **Dennis Schünke, Bernd Dettmers**, **Christoph Schultejans** und **Marco Hoffmeier.**

Es ist Freitagnachmittag, hinter Christoph Schultejans liegt eine weitere Woche im Homeoffice. „Ich bin froh, wenn ich heute Feierabend habe“, sagt der Vertriebschef des Oldenburger Start-ups CSX Academy in die Webcam seines Laptops. Ziel sei es eigentlich gewesen, dass sich nicht wie im ersten Jahr des jungen Unternehmens die ganze Arbeit im Herbst und Winter ballt. „Das haben wir verfehlt“, sagt Schultejans. An manchen Tagen stehe er um fünf Uhr morgens auf, um in Ruhe zu arbeiten, bis die Kinder wach werden. Trotzdem sagt er: „Wir bekommen nicht alles abgearbeitet, was wir vorhaben.“

Die CSX Academy bietet seit 2019 Onlineschulungen in den Bereichen IT-Sicherheit und Datenschutz für Unternehmen an. Seit einem knappen Jahr begleiten wir die Gründer, die durch die Coronapandemie eigene Konzepte über Bord werfen mussten, aber auch auf neue Kunden hoffen. Schließlich haben Abstandsgebote und Homeoffice Onlinemeetings und Cybersicherheit weiter in den Fokus gerückt. Mit dem ganz großen Ansturm rechnen die Gründer zwar erst im kommenden Jahr, genug zu tun gibt es aber schon jetzt. Denn im Herbst und Winter stehen die meisten Schulungen an. Hinzu kommt jede Menge Entwicklungsarbeit.

Bislang setzen die Gründer Open-Source-Technologie ein. Das soll sich bald ändern

Eines der größten Ziele der CSX-Gründer soll noch in diesem Jahr Gestalt annehmen: das eigene Learning Management System (LMS). Aktuell bietet die CSX Academy ihre Onlinetrainings noch über eine Open-Source-Plattform an, die meist an Universitäten genutzt wird. „Wir versuchen, noch im Dezember den ersten Kunden mit einer Betaversion zu versorgen und über unser eigenes System zu schulen“, sagt IT-Experte Bernd Dettmers. Die Plattform wurde bereits im Frühjahr intern getestet. In den vergangenen Wochen und Monaten haben die Gründer regelmäßig weiter an Design, Inhalten, Support und Programmierung gearbeitet. „Jetzt ist das System so weit, dass wir es mit einer kleinen Anzahl an Usern testen können“, sagt Dettmers. „Wir wollen gucken, wie sich die Plattform verhält und wie das Feedback der Kunden ist.“

Am Ende könnte sich mit dem LMS sogar ein weiteres Produkt ins Firmenportfolio einreihen, neben den eigenen Schulungsinhalten aus den Bereichen Datenschutz und IT-Sicherheit. „Wir können die Software selbst vermarkten“, sagt Vertriebschef Schultejans. Dann könnten Kunden die Plattform für eigene Inhalte nutzen. „Künftig wird viel mehr digital geschult werden. Und da ist kein Platz für zehn Programme in einem Unternehmen“, sagt Schultejans. So könnten Kunden, die beispielsweise CSX-Kurse zur IT-Sicherheit gebucht haben, anschließend auch eigene Inhalte zur Arbeitssicherheit über das LMS vermitteln.

Bevor die Plattform für alle Kunden zur Verfügung steht, wird es aber noch dauern. Zuerst werden nur wenige Benutzer das neue LMS testen. In großen Unternehmen würde der Lernprozess den Gründern schnell zu kompliziert und unübersichtlich werden. „Bis wir die ganz großen Kunden an das neue System lassen, wird auf jeden Fall noch einige Zeit vergehen“, ist Schultejans sicher. Denn nach der Beta-Testphase, in der die Software nur mit Basisfunktionen läuft, muss sie auch evaluiert werden. „Dann müssen wir alles im Hintergrund umstellen“, sagt Schultejans. Und das bedeutet weiterhin doppelte Arbeit.

DIE SERIE

Was heißt es, Unternehmer zu werden? Wie kommen Gründer zu ihrer Geschäftsidee? Wo finden sie Investoren? Wie verarbeiten sie Rückschläge? Solchen Fragen gehen wir in unserem **Start-up-Check** auf den Grund. Ein ganzes Jahr begleiten wir dazu das Gründerteam der CSX Academy. Alle zwei Monate werden wir über das junge Unternehmen berichten – über Fortschritte genauso wie über Misserfolge.

Eigentlich müssten sie mehr Marketing betreiben. Wenn sie bloß die Zeit dazu hätten

Denn das Tagesgeschäft läuft weiter – so wie aktuell auch. „Wir haben viele Schulungen, die im November und im Dezember losgegangen sind, dazu kommen neue Kunden“, sagt Dettmers. Viele Unternehmen wollten plötzlich noch bis zum Jahreswechsel Projekte umsetzen. „Und parallel entwickeln wir jede Woche unsere Plattform.“ Dabei kommen auch externe Entwickler zum Einsatz. Andernfalls wäre der Aufwand für die Gründer nicht zu stemmen. Immerhin arbeiten sie weiterhin parallel in den Muttergesellschaften Procedo Unternehmensberatung und Net.e – Network Experts. „Das Problem ist, dass der Arbeitsumfang bei CSX stetig ansteigt. Deshalb müssen wir unbedingt mehr Ressourcen aufbauen“, sagt Gründer Schultejans. „Das ist kein Geschäft mehr, das wir nebenbei betreiben können.“

Zudem rechnen die Unternehmer damit, dass auch durch die Coronapandemie die Nachfrage nach Onlineschulungen steigt. Denn im Homeoffice sitzen die Mitarbeiter der potenziellen Kunden nicht mehr hinter der Firewall des Unternehmens. Der Mensch wird somit zum größten Risiko für IT-Angriffe. „2020 konnte sich noch keiner richtig darauf einstellen“, sagt Schultejans. Das werde im kommenden Jahr anders sein. „Dann wird es auch Budgets für unsere Schulungen geben. Dafür müssen wir die Personalstärke erhöhen, um alles abwickeln zu können, was da kommt.“

Aktuell blieben einige Vorhaben auf der Strecke. „Wir müssten viel mehr Marketing machen“, sagt der Vertriebschef. „Das können wir aktuell aber gar nicht leisten.“ Trotzdem soll es noch in diesem Jahr eine Aktion geben, um ein weiteres CSX-Produkt zu vermarkten. Dabei können Kunden vor Weihnachten kostenlos eine Phishing-Simulation mitmachen. Dabei verschicken die CSX-Mitarbeiter vermeintliche Phishing-Mails, also gefälschte Nachrichten, die darauf abzielen, dass vertrauliche Daten preisgegeben werden oder Schadsoftware installiert wird. Der Auftraggeber kann anhand dieser Simulation sehen, wo Schwachstellen in seinem Unternehmen liegen. „Im Dezember gibt es dann für die Kunden drei Mails, im Januar wird dann aufgeklärt, woran man die Phishing-Nachrichten hätte erkennen können“, erklärt Dettmers. „Das ist die erste größere Marketingaktion, die wir seit Wochen mal wieder machen.“ Und neben Tagesgeschäft und Softwareentwicklung die dritte Baustelle der Gründer. „Das Jahresende ist echt hart“, sagt Schultejans noch einmal und lächelt in die Kamera. „Aber frag mich am Montag noch mal. Dann sage ich dir, dass das mit dem Start-up die beste Idee überhaupt war.“

Verminte Weihnachtspost: Die CSX Academy verschickt E-Mails, die Mitarbeiter ihrer Kunden verleiten sollen, vertrauliche Informationen preiszugeben. So soll den Empfängern die Gefahr bewusst gemacht werden.