



Kreativ gegen Corona
IHK-Geschäftsführer
Thomas Hildebrandt erklärt,
wie Unternehmen krisenfest
werden können **Seite 20**

Strategien // 17



JOHANNES BUCHMANN: CSX Academy (5); IHK

Das **Team der CSX Academy** entwickelt virtuelle Schulungen für die Angestellten von Unternehmen. Die Umsätze wuchsen trotz der Coronakrise. Doch damit steigen auch die Anforderungen an die eigene IT.

Die Lehre von Paul und Paula

Der Kundenkreis der CSX Academy wächst: Dem Start-up liegen Anfragen für Tausende Onlinekurse vor. Um gewappnet zu sein, müssen die Gründer investieren – ohne zu wissen, ob die Geschäfte zustandekommen.

VON ROBERT OTTO-MOOG

Es gibt sie tatsächlich: Mitarbeiter, die nie Urlaub einreichen, rund um die Uhr erreichbar sind und Tausende Kunden zufriedenstellen. Das Oldenburger Start-up CSX Academy hat gleich zwei davon. „Paul und Paula führen bei uns durch die E-Learnings“, sagt Vertriebschef Christoph Schultejeans. Die beiden Charaktere nehmen seit mehr als einem Jahr die Kunden virtuell an die Hand, geben Feedback, motivieren und beantworten Supportanfragen – alles digital. Demnächst könnte jede Menge Arbeit auf Paul und Paula zukommen.

„Wir haben mehrere Anfragen mit deutlich größeren Userzahlen“, sagt CSX-IT-Sicherheitsexperte Bernd Dettmers. „Darauf müssen wir uns vorbereiten.“ Bisher gingen die Benutzerzahlen der Kunden des Start-ups, das wir ein Jahr lang begleiten, lediglich vereinzelt in den vierstelligen Bereich. „Jetzt kommen Organisationen mit 20.000 Usern und mehr“, sagt Schultejeans.

Das bringt allerdings ein Problem mit sich: Die CSX-Lernplattform erfüllt derartige Anforderungen nicht vollständig. Denn während der Inhalt bereits mehrfach überarbeitet wurde, setzt CSX für die Basislernplattform noch auf eine Open-Source-Lösung, die meist im universitären Bereich genutzt wird. Im kommenden Jahr soll die Plattform durch eine eigene ersetzt werden. „Die wird gerade im Hintergrund programmiert“, sagt Dettmers.

Die CSX Academy bietet Online-schulungen für Firmen an. Trainiert wird der richtige Umgang mit Datenschutz und IT-Sicherheit. Da die Lernenden am eigenen Computer sitzen und von virtuellen Lehrern durch Aufgaben und Lernspiele geschleust werden, ist das CSX-Angebot weder abhängig von festen Terminen noch von gemeinsamen Treffen mit großen Schulungsgruppen. Bisher waren die Kunden meist Mittelständler ohne eigenes Schulungsmanagement. Die meisten gehen jetzt in die zweite Runde, da durch steigt die Belastung für die CSX-Mitarbeiter seit einigen Wochen.

„Wir schieben eine Entwicklungslast vor uns her“, sagt Schultejeans. Obwohl die großen Kunden noch nicht fest zu-

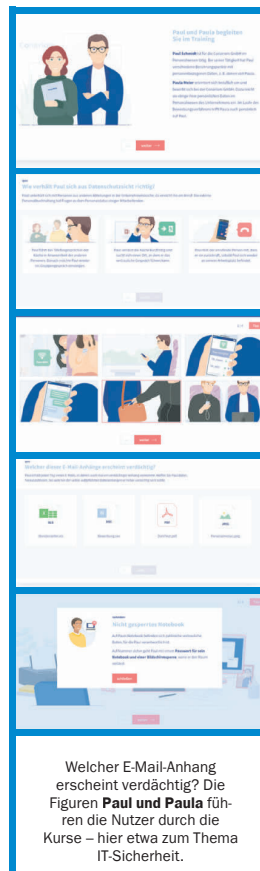
gesagt haben, haben die Gründer schon investiert. „Wir haben jetzt eine größere Infrastruktur“, sagt Schultejeans. „Die bisherige ist schon in der Vergangenheit an die Grenzen gestoßen. Da hat uns auch der ein oder andere Kunde zurückgemeldet, dass es manchmal etwas zu lange dauert beim Laden.“ Für die zweite Jahreshälfte wurden weitere Serverkapazitäten in Betrieb genommen, um den jetzt schon durch die Bestandskunden steigenden Zugriffen standzuhalten.

Die Akquise hat laut Schultejeans schon vor Monaten begonnen. „Wir haben schon unsere Inhalte auf die Kunden abgestimmt und die Kurse individuell angepasst“, sagt er. Aktuell prüfen die Kunden das Angebot. Ob sich der Aufwand wirklich lohnt, soll spätestens im Januar klar sein. „Bis dahin müssen wir sie überzeugen haben.“ Und bis dahin soll dann auch die gesamte Infrastruktur stehen.

Die meisten Kursinhalte sind standardisiert. Für große Kunden gibt es Ausnahmen

„Das Benutzer-Stammdatenmanagement in der Größenordnung können wir noch nicht gänzlich leisten“, sagt der Vertriebschef. Denn je mehr Menschen geschult werden müssen, desto mehr Personaldaten müssen vom Kunden an CSX geschickt werden – und das bedeutet eben auch mehr potenzielle Fehlerquellen. „Wir müssen direkt verbunden sein“, erklärt Schultejeans. „Die Benutzerdaten wandern zu uns, wir starten dann unseren Prozess und den Kurs. Dann wandert irgendwann unser Lernfortschritt rüber als Status. Am Ende gibt es ein Zertifikat, das in die Personalakte soll.“ Dabei darf nichts schiefgehen. Und schon eine fehlerhafte E-Mail-Adresse, die der Kunde an CSX weitergibt, kann zum Stolperstein werden. „Da müssen wir noch mehr investieren“, sagt Schultejeans.

„Die größeren Akquisitionen kosten wirklich viel Zeit“, sagt der Vertriebschef. „Die Kunden können alles testen und werden intensiv begleitet. Und es kommen ganz individuelle Wünsche und spezielle Anforderungen.“ Eigentlich verkauft CSX Standardinhalte. Doch ab einer gewissen Größe machen die Gründer Ausnahmen, sagt Schultejeans. „Wir müssen die Kunden nicht



Welcher E-Mail-Anhang erscheint verdächtig? Die Figuren **Paul und Paula** führen die Nutzer durch die Kurse – hier etwa zum Thema IT-Sicherheit.

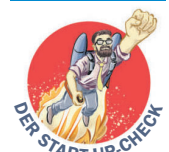
nur von unserem Inhalt überzeugen sondern auch von uns als Dienstleister.“ Und dazu gehört auch die neue Lernplattform, der Support und die individuellen Anpassungen an den jeweiligen Kunden. Zudem bräuchten auch die Unternehmen oft viel Zeit. „Die Budgets für unser Angebot entstehen erst – die gibt es zum Teil noch gar nicht“, sagt Schultejeans. Ein Teil des Vertriebs wird aktuell an Partner übergeben, die dann mit den CSX-Produkten auf den Markt gehen. Ein paar kleinere Kunden sind in den vergangenen Monaten hinzu gekommen.

Aktuell sind die Gründer zufrieden, was die Finanzen angeht. Der Umsatz werde zehn Prozent über dem des ersten Jahres liegen, sagt Daniel Fanta, der die Finanzen regelt. Denn obwohl durch die Pandemie einige Umsätze weggebrochen seien, steige der Gesamtbedarf an Schulungen. Auch die Phishing-Simulation des Unternehmens werde vermehrt nachgefragt. Dabei versichert die CSX Academy im Auftrag ihrer Kunden vermeintliche Phishing-Mails an deren Mitarbeiter, um mögliche Sicherheitslücken sichtbar zu machen. Laut Fanta sei man „vorsichtig optimistisch, dass wir im ersten Quartal 2021 mit einem ausgeglichenen Betriebsergebnis rechnen können“. Die ganz großen Aufträge kämen dann noch dazu.

Größere Benutzerzahlen bringen aber noch weitere Herausforderungen für die Gründer mit sich. Denn mehr User bedeuten auch mehr potenzielle Fehler in den Stammdaten – und mehr Supportanfragen. „Bei 300 Usern können wir die Supportanfragen noch an einem Tag beantworten, bei einigen Tausend stoßen wir an unsere Grenzen“, sagt Schultejeans. Deshalb wurde unter anderem auch ein neues Ticket-system installiert. „Damit haben wir einen besseren Überblick und können noch mehr automatisieren.“

Zudem wurde das Team um zwei weitere Werksstudenten verstärkt. Sie unterstützen beim Programmieren und verstärken den Support. Denn alles können auch die virtuellen Alleskönner Paul und Paula nicht übernehmen. Und so gibt es auch für die Gründer vorerst keinen Urlaub. „Wenn man denkt, dass man eine Pause gebrauchen könnte“, sagt Schultejeans, „dann kommt der nächste Nachschlag.“

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.