

**#HIK  
2018**

2. HESSISCHER  
INNOVATIONS  
KONGRESS

# ALLES BLEIBT NEU

Kongressbericht

HESSEN



TECHNOLOGIELAND  
HESSEN



ALLES  
BLEIBT  
NEU

#HIK  
2018  
2. HESSISCHER  
INNOVATIONS  
KONGRESS

## Neu, mutig, offen: Impulse für die Innovationskultur in Hessen

Am 15. November 2018 stand das historische Palmengarten Gesellschaftshaus in Frankfurt ganz im Zeichen der Zukunft: Hier trafen sich Interessierte aus Start-ups sowie mittelständischen und großen Unternehmen zum 2. Hessischen Innovationskongress. Das Forum für den persönlichen Austausch über Digitalisierung und technologischen Wandel lockte diesmal rund 1.300 Teilnehmerinnen und Teilnehmer an – mehr als doppelt so viele wie der bereits sehr erfolgreiche Kongress im Vorjahr.

Dass die Innovationskultur in Hessen sehr lebendig ist, konnte man am Kongresstag überall in den Veranstaltungsräumen erleben. Die Atmosphäre glich der auf einem großen Marktplatz: angeregte Unterhaltungen schon am Empfang, zahlreiche Fragen an die Aussteller auf der Galerie und in der Speakers' Corner, großer Andrang im Coaching Café, intensiver Austausch beim Business-Speed-Dating, reges Interesse an den Vorträgen, Keynotes und Diskussionen im großen Saal.

Besonders lebhaft und temporeich ging es beim Innovation Game zu, das per Video-Live-Schaltung gegen Teams in Taipeh gespielt wurde. Etwas ruhiger, aber nicht weniger informativ war der Besuch im Innovation Cinema, wo Kurzvideos über Innovationen und ein Dokumentarfilm über Start-ups in Deutschland liefen. Das umfangreiche Angebot zeigte: Hier kann jeder etwas mitnehmen, was ihn weiterbringt - Informationen, Ideen, Inspiration, Kontakte, den Anstoß zu konkreten Projekten. Und natürlich den Mut, Innovationen anzugehen und umzusetzen.

## Technologischer Wandel: Gute Vorbereitung ist alles

Das Motto „Alles bleibt neu“ sollte hessischen Unternehmen mehr Gelassenheit im Umgang mit der Digitalisierung vermitteln: Wandel und Innovation gab es schon immer, und große Veränderungen bieten auch große Chancen. Offiziell eröffnet wurde der Kongress im Plenum mit einem kurzen Film. Darin präsentierten die Organisatoren von der Hessen Trade and Invest GmbH ihren Beitrag zur Förderung der hessischen Innovationskultur: die umfassende Unterstützung innovationsfreudiger Unternehmen durch die Marke Technologieland Hessen.

Was geschehen kann, wenn gezielte Beratung, fachliche Förderung und Vernetzung fehlen, wurde im Film am Beispiel des Hessen Philip Reis dargestellt, dem Erfinder des Telefons. Sein Gerät konnte sich 1861 nicht durchsetzen, und so war es Alexander Graham Bell, der die Erfindung weiterentwickelte und 15 Jahre später patentieren ließ. Der Rest ist (Innovations-)Geschichte, heute bestimmen Smartphones das Leben in der ganzen Welt.

In seiner Einführung knüpfte Moderator Prof. Guido H. Baltes, Direktor des IST Innovationsinstituts in Konstanz, daran an. Er zeigte drei Fotos von John F. Kennedy, Barack Obama und Hilary Clinton vor einer Menschenmenge. Bei Kennedy waren im Publikum noch einige wenige Fotoapparate zu sehen, Obama sah sich unzähligen Smartphones gegenüber. Und Hilary Clinton? Ihr drehte das Publikum den Rücken zu, um Selfies zu machen.

Prof. Baltes betonte, dass auch in Zukunft vieles, was uns heute vertraut ist, an Bedeutung verlieren wird, und dass der technologische Wandel nicht allein von Start-ups bewältigt werden kann. Die digitale Transformation betrifft Start-ups und die klassische Industrie – also müssen beide gemeinsam handeln. Hier heißt für ihn das Zauberwort Ambidextrie oder Beidhändigkeit: Man muss Effizienz und Innovation gleich gut beherrschen, um Bestehendes zu optimieren und Neues aufzubauen.

Hessens Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir forderte in seiner Eröffnungsrede hessische Unternehmen – gerade auch kleine und mittlere – auf: „Nutzen Sie die Möglichkeiten, die Ihnen die umfassende Innovationsförderung des Landes bietet!“ Im anschließenden Gespräch mit Prof. Baltes ergänzte Al-Wazir: „Wir wollen, dass aus hessischen Ideen hessische Arbeitsplätze werden.“

## Alles wird digital, rational, optimal ... Höchste Zeit für Romantik

„Wer von Ihnen ist Romantiker?“ Die erste Keynote des Tages begann mit einer Frage an das Publikum, die man nicht unbedingt auf einem Innovationskongress vermuten würde. Tim Leberecht, Vordenker für einen neuen Humanismus in Wirtschaft und Gesellschaft, stellte beim Blick in den Saal fest, so wenige erhobene Hände habe er selten bei dieser Frage erlebt. Und er schloss gleich eine zweite an, nämlich wer denn Business-Romantiker sei. Noch weniger Hände gingen nach oben ... Aber Leberecht war schließlich angetreten, um das mit seinem Vortrag zu ändern. Nimmt man das begeisterte Feedback, das die Kongressveranstalter zu seiner Keynote erhalten haben, kann man nur vermuten: Die Saat ist gelegt.

Leberecht bezeichnet sich selbst als Unternehmer und Romantiker. Der gebürtige Hesse ist 2017 nach zehn Jahren im Silicon Valley nach Deutschland zurückgekehrt und lebt in Berlin. In den USA hat er als Vertreter renommierter Designagenturen Kunden wie Amazon, Microsoft und Starbucks beraten. Er ist also ein Profi in Sachen Innovation und Digitalisierung - und findet, es wird Zeit, wieder Romantik ins Spiel zu bringen. Was er genau meint, erläuterte Tim Leberecht sehr anschaulich. Für einen Optimisten ist das Glas immer halb voll. Der Idealist möchte unbedingt, dass das Glas ganz voll wird. Und der Romantiker sagt nur hingebungsvoll: „Was für ein schönes Glas!“

Dass es heute in der Arbeitswelt allgemein an Hingabe fehlt, zeige das Ergebnis einer Umfrage, nach dem sich nur 30 Prozent aller Arbeitnehmer zu 100 Prozent für ihr Unternehmen engagieren. Dazu habe die Digitalisierung so einiges beigetragen, meinte Leberecht: „Sie hat die Welt nicht ohne Einschränkung besser und einfacher gemacht, sie ist auch eine Enttäuschung.“ Man gibt seine Daten her, und alles ist messbar, effizient und berechenbar geworden. Werden Menschen unter diesen Umständen irgendwann noch fühlen können? Wird durch die Automatisierung in der Wirtschaft alles entzaubert?

Leberechts Antwort: Romantik ist die Rettung. Sie bildet den Gegenpol zur Berechenbarkeit - geheimnisvoll, flüchtig, emotional, subjektiv. Im Arbeitsleben - gerade auch im Bereich der Innovationen - ist es von entscheidender Bedeutung, bei den Menschen wieder Fantasie und Hingabe zu wecken. Tim Leberecht hat drei Dinge ausgemacht, die dazu notwendig sind: das Unnötige tun, Intimität schaffen und Leiden (ein bisschen).

Etwas zu tun, was über das Notwendige hinausgeht, so Leberecht, zeige, wer man ist. Zum zweiten Punkt zitierte er den US-Schriftsteller Richard Bach: „Das Gegenteil von Einsamkeit ist nicht Vernetzung, sondern Intimität.“ Eine Nähe, wie sie zum Beispiel die Künstlerin Marina Abramovic herstellt, indem sie einfach nur Menschen gegenüber sitzt und ihnen in die Augen schaut - ein einzigartiges, bewegendes Erlebnis. Dass auch ein bisschen Leiden zur Leidenschaft gehört, versteht sich eigentlich von selbst - Fußball-Fans wissen das ebenso wie Kunden eines schwedischen Möbelhauses, wenn sie ihren Schrank montieren. Ein wenig permanentes Unerfülltsein ist tatsächlich irgendwie befriedigend ... man hat immer noch ein Ziel.

Tim Leberecht ist überzeugt: Romantik inspiriert zu Innovationen, stärkt die Kunden- und Mitarbeiterbindung, kann der Digitalisierung ihren Zauber zurückgeben. Seiner Ansicht nach hat Romantik auch eine Rendite - nämlich mehr Romantik. Am Schluss seines Vortrags stellte er noch einmal „smarte“ und romantische Schlüsselbegriffe gegenüber: darunter auf der einen Seite schnelles Handeln, Supervernetzung, Kontrolle und Likes, auf der anderen Seite Flanieren, tiefe Verbindung, Loslassen und Hingabe. Romantische Werte, die uns eine große Hilfe bei der digitalen Transformation sein können - denn sie ist auch eine persönliche

Transformation: „Ja, wir werden Kontrolle, Identität und Jobs verlieren,“ so Leberecht. „Wir müssen lernen loszulassen, zu beenden.“ Das sei durch Empathie, Fantasie, Intuition und emotionale Agilität zu erreichen. Und: Man müsse Arbeitsplätze schaffen, die Gärten sind: nicht nur nützlich, sondern auch schön.

## Lebendige Innovationskultur braucht Mut – und Fehler

In der Podiumsdiskussion am Vormittag unterstrich Mathias Samson, Staatssekretär im Wirtschaftsministerium, dass das Land Hessen die Voraussetzungen für eine mutige Innovationskultur schafft – Austausch und Vernetzung werden gefördert, Innovationstreiber im Land gehalten. Darüber hinaus kooperiert die Politik mit Hochschulen, damit die Absolventen zu Gründern werden können. Im Track „Technologieland Hessen“ am Nachmittag gab Katja Farfan, Projektmanagerin Innovation bei Hessen Trade & Invest, einen Überblick über die zahlreichen Möglichkeiten der Innovationsförderung, die Hessen gerade kleineren und mittleren Unternehmen bietet. Und Carolin Wagner von Rhein-Main-Startups.com zeigte auf, dass das Start-up-Ökosystem in der Region Rhein-Main gut aufgestellt ist.

Samson rief Unternehmen dazu auf, ebenfalls eine Umgebung zu schaffen, die zu Innovationen ermutigt. Manuela Engel-Dahan, Gründerin der Lock Your World GmbH, ergänzte, das sei gerade auch für Frauen wichtig. Mit ihrer Veranstaltung „Hessischer Mut-mach-Salon“ will sie junge Menschen für das Unternehmertum begeistern. Überhaupt war Mut auf dem Kongress immer wieder ein Thema. Antje Freyth, Geschäftsführerin der Veränderungsintelligenz GmbH, sagte in ihrem Vortrag über Fehlerkultur, dass der Mensch zwar Angst vor dem Unbekannten habe – aber auch die starke Fähigkeit, mit Veränderungen klarzukommen.

Im Innovation Cinema kam beim Dokumentarfilm „Start-ups made in Germany“ der Hirnforscher Gerald Hüther zu Wort. Er erläuterte, wie man Angst besiegt: durch Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, in Andere und in die Welt. Seiner Meinung nach ist das Geheimnis erfolgreicher Gründer das Vertrauen in Menschen, mit denen man gemeinsam kreativ sein kann. Im Film, aber auch bei Vorträgen auf dem Kongress, war Risikoscheu als Teil der deutschen Mentalität immer wieder ein Thema. Umso wichtiger ist es, über die positiven Seiten des Scheiterns zu sprechen.

Und damit zurück zu Antje Freyth und ihrem Vortrag. Wenn es etwas gebe, was die Innovationskultur in Unternehmen stärke, dann sei es die richtige Fehlerkultur, sagte sie. Denn: „Wer bereit zu Innovationen ist, aber Fehler nicht verziehen werden, der hält am Bewährten fest.“ In Unternehmen hat Antje Freyth drei Arten der Fehlerkultur ausgemacht: 1. Wir machen keine Fehler. 2. Hier kann jeder Fehler machen, aber wir sprechen nicht darüber. 3. Wir machen Fehler, sprechen darüber und lernen daraus.

Diese dritte Art der Fehlerkultur gilt es zu fördern – durch Vertrauen, Ermutigung, kreative Freiräume und Kollaboration. Antje Freyth setzt hier wie Prof. Baltes in seiner Einführung zum Kongress auf Ambidextrie, das gleichwertige Beherrschen von Effizienz und Innovation. Ihr Vorschlag: innerhalb der Unternehmen Start-ups mit Freiräumen und anderen Regeln zu bilden und dort bewusst aus Fehlern zu lernen. Das kann auf das gesamte Unternehmen abstrahlen. Freyth führte weiter aus, innovativ sei es, gezielt „intelligente Fehler“ zu suchen, um aus ihnen zu lernen.

## Start-ups und klassische Unternehmen: Lernt voneinander!

Schon in seiner Einführung zum Kongress hatte Prof. Baltes betont, dass die Digitale Transformation kein Wettbewerb Mensch gegen Computer oder Start-ups gegen Mittelstand ist: Nur gemeinsam könne man die Herausforderungen bestehen und die Chancen nutzen. Im Track „Intuitiv innovieren“ machte er klar, dass Innovationen wie das iPhone, Facebook, Amazon oder Twitter alle seit 2006 auf den Markt gekommen sind.

Eine Dynamik, auf die die klassische Industrie nur eine Antwort haben kann – neue Management-Methoden. Und genau das kann sie von Start-ups lernen. Eine gute Möglichkeit sind interne Teams, die wie Start-ups arbeiten und Paradigmen brechen. Doch Prof. Baltes wusste auch: Das braucht seine Zeit, und das Management muss mit gutem Beispiel vorangehen.

Doch nicht nur Großunternehmen können von Start-ups lernen – es gilt auch umgekehrt. Darüber sprachen in der Podiumsdiskussion am Vormittag die beiden Gründerinnen Manuela Engel-Dahan und Christina Kraus, Alexander Katzung von der B. Braun AG und Staatssekretär Mathias Samson. Klar ist: Mit Start-ups und großen Unternehmen treffen zwei Kulturen aufeinander, die sich kennenlernen müssen. Katzung sagte, genau das werde im Accelerator bei B. Braun gefördert, Vertreter beider Welten würden ganz gezielt aufeinander vorbereitet.

Christina Kraus von der Meshcloud GmbH sieht es so: „Die Kleinen können von den Großen lernen, wie man zum Tanker wird. Und die Großen können sich von den Kleinen dazu ermutigen lassen, Neues zu probieren.“ Doch Mut zu Innovationen muss natürlich auch bei Gründerinnen und Gründern gefördert werden, wie Manuela Engel-Dahan betonte. Mathias Samson ergänzte: Ziel des Landes ist es, Innovationstreiber jeder Größe in Hessen zu halten und den Austausch und die Vernetzung weiter voranzutreiben.

Im Track „Intuitiv innovieren?“ am Nachmittag berichtete Dr. Christoph Weckbecker von der Evonik Industries AG, wie dort eine offene Innovationskultur gefördert wird: durch Kooperation über Geschäftsbereiche hinweg, gezielte Ideenfindungsprozesse und den Aufbau

nachhaltiger Innovationsnetzwerke. Dafür seien Corporate Entrepreneurship und eine hoch entwickelte Fehlerkultur entscheidende Voraussetzungen.

## Innovationen funktionieren vorwärts und rückwärts

Wie man Innovationen angeht, damit beschäftigt sich am Nachmittag der Track „Intuitiv innovieren?“. Unter anderem sprach Sebastian Barg, Gruppenleiter Entwicklungsmanagement an der RWTH, über Erfolgsfaktoren für bahnbrechende Innovationen. Es seien nicht unbedingt nur Technologiesprünge, die die Spielregeln auf dem Markt veränderten – bahnbrechende Innovationen könnten durchaus auch eine neue Nutzung bestehender Technologien oder Produkte sein.

Als Beispiele nannte Barg Uber und Airbnb, also den Taxidienst ohne eigene Fahrzeuge und das „Hotel“ ohne eigene Gebäude. Abschließend verglich er Breakthrough Innovations mit einem Sechser im Lotto und erklärte: „Durchbrüche brauchen ein Netzwerk.“ Johannes Enders vom Bereich Innovationsmanagement/Neue Geschäftsfelder bei Schaeffler Technologies stellte anschließend in seinem Vortrag klar, dass bei disruptiven Innovationen immer der Mensch im Mittelpunkt stehen müsse.

Und wie lässt sich die Umsetzung von Innovationen optimieren? Im parallelen Track „Digital or dead?“ gab es Antworten. Oliver Bracht von der Eoda GmbH stellte das Konzept vor, anhand von Smart Data valide Prognosen zu erstellen und Entscheidungen für die Zukunft zu treffen. Lars Reiner, CEO der Fintech Ginmon GmbH, sprach über die Vorteile der digitalen Vermögensverwaltung, und Felix Guder von der Digitalagentur Iconstorm erläuterte die Bedeutung des Designs.

Die Vorzüge der Simulation präsentierte Dr. Sven Spiekermann von der SimPlan AG: Bei der Planung und Umsetzung von Produktionsprozessen könne man Fehler rechtzeitig entdecken und korrigieren und so die Investition absichern. Was – wie er hinzufügte – beim Berliner Flughafen sicher sinnvoll gewesen wäre ... Über virtuelle Prototypen für digitale Geschäftsmodelle sprach Daniel Putsche von der Candy Labs GmbH. Um Ideen zu validieren, schaltet man zum Beispiel eine Website für ein Produkt, das noch gar nicht existiert. Und die Anzahl der Nutzer, die Interesse bekunden, zeigt dann, ob sich eine Implementierung lohnt.

Mit dieser Methode arbeitet auch Max Laarmann, Gründer der Emma Matratzen GmbH – allerdings nur, um Werbung zu testen. In der Abschluss-Keynote des Kongresses erzählte der 24-Jährige, wie das Unternehmen innerhalb von drei Jahren zu Europas am schnellsten wachsenden Start-up geworden ist. Und das nicht etwa mit einem technologischen Durchbruch, sondern mit einer Rückwärts-Innovation: dem digitalen Matratzenhandel.

Es begann 2015 mit dem Konzept: eine Matratze für alle zum vernünftigen Preis. Sie sollte aber nicht in einem der wenig attraktiven Läden an der Ecke angeboten werden, sondern im Web. Ein erster wichtiger Schritt war es, so Laarmann, den rationalen Vorgang Matratzenkauf emotional aufzuladen. Das begann schon beim Namen Emma und setzte sich bei der Gestaltung von Verpackung und Website fort. Was macht den Erfolg noch aus? Laarmann zählt die Faktoren auf: Just-in-time-Produktion. Keine eigenen Fabriken. Produktentwicklung und -optimierung auf der Basis von Kunden-Feedback. Das Kundenverhalten im Blick haben. Vertrauen.

Es funktioniert. Heute ist das Unternehmen mit drei Marken in 14 Ländern vertreten und hat 190 Mitarbeiter, Firmensprache ist Englisch. Das Marketing ist jeweils auf die Länder abgestimmt, mittlerweile werden Matratzen auch in der Schweiz hergestellt (weil Schweizer das so am liebsten haben) und auch in Läden verkauft (weil immer noch 80 Prozent der Matratzenkäufer gern offline unterwegs sind). Natürlich will Max Laarmann mit der Emma GmbH weiter hoch hinaus, schließlich ist er mit Leib und Seele Gründer – schon seit dem Studium. Deshalb achtet er sehr darauf, dass das Unternehmen immer dynamisch bleibt, auch wenn irgendwann die kritische Größe erreicht ist.

## Jede Innovation beginnt mit mehr als einer Idee

Innovative Ideen entwickelt man am besten per Design Thinking? Nicht ausschließlich, meint Jacky Liu, Professor für Innovationsmanagement aus Taipeh. Er hat als Alternative das INNOVATION GAME entwickelt, bei dem mit viel Spaß und Spannung in kurzer Zeit eine Idee nach der anderen generiert wird. In Asien ist das Spiel als Workshop ein Bestseller, dort haben auch viele internationale Großunternehmen bereits daran teilgenommen.

Prof. Liu und ein fünfköpfiges Assistententeam waren aus Taiwan angereist, um das INNOVATION GAME auf dem Kongress zu leiten und zu coachen. Es war nicht etwa als Workshop geplant, sondern als Wettkampf Frankfurt gegen Taipeh in zwei Runden! In Frankfurt saßen pro Runde fünf Spielerteams an den Tischen; vier davon waren vorher von ihren Organisationen angemeldet worden, das fünfte fand erst auf dem Kongress zusammen. Die Mannschaften aus Taipeh, u.a. von Mercedes Benz, MSI und Giant bicycles, wurden live per Video zugeschaltet.

Für die Spieler war es schon ein Vergnügen, Prof. Lius bei der lebhaften Erläuterung der Spielregeln zuzuhören. Dann galt es, in einer 30 Minuten-Runde am schnellsten die meisten Ideen zu generieren. Tempo und Kreativität waren gefragt: Karten mit Aufgaben aus neun strategischen Bereichen ziehen, jeweils drei Gedanken dazu auf Post-its schreiben, Zettel an die Tafel kleben, dazwischen körperlichen Einsatz zeigen mit Liegestützen und Sit-ups ... Es ging hoch her.



Die Spielerteams waren eine bunte Mischung von Mitarbeitern aus Start-ups, KMU, großen Unternehmen sowie Hochschulen. In der ersten Runde spielten Firmenteams von Procter & Gamble, De Longhi/Braun, Highest mit Meshcloud, Floating Office und SFM System und die Accadis Hochschule. In der zweiten Runde die Start-ups YAWO/HS Fulda, die Entrepreneur University, die KfW und die Hochschule Darmstadt. Die übergreifenden Themen hatten die Unternehmen und Hochschulen vorher selbst bestimmt, die Ideensuche sollte schließlich einen konkreten Nutzen haben. Die spontan gebildeten Teams - unter anderem mit Mitarbeitern von Fraport, LSG Sky Chefs und Ernst & Young, jumpp - hatten sich ebenso spontan auf ihre Themen geeinigt.

Am Ende stand es 2:0 für Taipeh. Die Frankfurter nahmen es sportlich, immerhin hatten sie Gewinner einzelner Disziplinen in ihren Reihen. Das Innovation Game war für alle Beteiligten ein großer Spaß, eine intensive Erfahrung und eine schöne Gelegenheit für Networking. Das Wichtigste aber ist: Die entstandenen Ideen waren nicht nur unter quantitativen Kriterien ein Erfolg, viele davon konnten auch qualitativ überzeugen.

## Der Trend zum Teilen

Geht mit der Digitalisierung auch der zunehmende Verzicht auf Eigentum einher? Zumindest machen das World Wide Web und Social Media es leichter, Dinge gemeinsam zu nutzen, statt sie selbst zu besitzen. Im Track „Sharing Economy“ am Nachmittag wies Moderatorin Dr. Margarete Kessler von Hessen Trade und Invest darauf hin, dass Teilen allgemein als nachhaltig angesehen wird - was aber keineswegs immer der Fall ist.

Dr. Siegfried Behrendt, Forschungsleiter Technologie und Innovation am IZT Karlsruhe, erläuterte, dass Sharing nach einer Prognose bis 2025 stark zunehmen wird - nicht zuletzt auch, weil sich in der Gesellschaft die Einstellung zum Eigentum verändert hat. Damit bietet Sharing Chancen für innovative Geschäftsmodelle in verschiedenen Bereichen, zum Beispiel im Gebrauchthandel oder im Crowd Sourcing, für Mobilität als Dienstleistung oder bei der Vermietung von technischen Geräten.

Drei Unternehmen und Initiativen stellten ihre Sharing-Geschäftsmodelle und -Technologien vor: Mit place2help Rhein-Main will Gründerin Dr. Alexandra Partale gute Ideen für eine zukunftsfähige Region fördern. Das Start-up ist keine eigene Plattform, sondern verzahnt regionale Crowdsourcing-Initiativen und Events. Dr. Robert Lokaiczyc stellte appJobber.com vor, eine Mikrojobbing-App. Darüber kann man kleine Aufträge annehmen und zum Beispiel die Produktplatzierung im Supermarkt fotografieren. So erhalten die Hersteller wertvolle Informationen, während die Nutzer beim Einkaufen nebenbei einen kleinen Zuverdienst haben.

Ob Blockchains eine Basistechnologie für die Sharing Economy sein können, das wollte Prof. Dr. Philipp Sandner, der Leiter des Frankfurt School Blockchain Centers beantworten. Zwar sei der Begriff in aller Munde, doch echte Anwendungen gebe es noch gar nicht – dafür sei die Technologie zu neu und es existierten noch keine Budgets dafür. In Zukunft jedoch können auf Blockchains nicht nur Bitcoins, sondern zum Beispiel auch Euro, Aktien, das Grundbuch oder Objekte wie Autos gespeichert werden. So lässt sich die Technologie für den digitalen Werttransfer nutzen, auch beim Sharing. Prof. Sandner sieht hier vor allem ein Start-up-Thema für Europa und Asien. Mit Blockchains, ergänzte er, werde es überhaupt erst echte Carsharing-Modelle geben: Jeder kann sein Auto darauf speichern, und Angebot und Nachfrage werden direkt zugewiesen.

## Marktplatz der Innovationen

Auf der Galerie mit Blick in den großen Saal des Palmengarten Gesellschaftshauses präsentierten sich 38 Aussteller mit innovativen Ideen und Produkten. Hier nur einige Beispiele für die große Bandbreite: Die Sobocon GmbH zeigte eine digitale Hundemarke sowie ein interaktives Weinlabel, über das man Informationen und Rezepte abrufen kann. Das Start-up Variokan entwickelt das weltweit erste Kanalsystem, das sich energieautark an die Durchflussmenge des Abwassers anpasst. Ein Laser-Fernmessgerät, das exakte Windgeschwindigkeiten ermittelt, stellte die AirProfile GmbH vor. Damit hat das Start-up bereits beim Unternehmerwettbewerb „Hessen-Champions“ den Preis in der Kategorie Innovation gewonnen.

Ein weiterer Sieger unter den Ausstellern war die Shift GmbH – sie hatte für ihr nachhaltiges Smartphone den Hessischen Gründerpreis erhalten. Auf dem Sharing-Gedanken beruht die Idee von tatcraft: Die Community stellt Start-ups und Privatleuten Platz, Maschinen und Know-how für die Anfertigung unterschiedlichster Produkte zur Verfügung. Auch die Technische Universität Darmstadt war vertreten, und das gleich mit mehreren Ideen; darunter einen per Internet steuerbaren Parkplatz-Sperrbügel und ein Suchsystem, das im Netz gezielt Pro- und Contra-Argumente zu einem Thema aus großen Textmengen herausfiltert.

Selbst in den Pausen war beim Innovationskongress immer etwas los: Aussteller hielten Kurzpitches in der Speakers´ Corner, die Coaches im Café waren äußerst begehrt und hatten kaum Zeit zum Durchatmen, man traf sich zum Business Speed Dating und im Innovation Cinema.

Zum Schlusswort am Abend präsentierten Dr. Rainer Waldschmidt, Geschäftsführer der Hessen Trade & Invest GmbH, und Georg Matzner, Referatsleiter Technologiepolitik und digitale Infrastruktur beim Hessischen Wirtschaftsministerium, noch ein paar aktuelle Zahlen: Etwa 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer hatten sich an diesem Tag im Coaching Café beraten lassen. Und die allgemeine Resonanz war äußerst positiv: Drei Viertel der Teilnehmer am Feedback gaben an, sie wollten im nächsten Jahr wiederkommen.



**ALLES  
BLEIBT  
NEU**

**#HIK  
2018**  
2. HESSISCHER  
INNOVATIONS  
KONGRESS

Dr. Waldschmidt stellte fest, das Technologieland Hessen sei nicht technokratisch, sondern vielmehr eine Wertegemeinschaft. Und Georg Matzner ergänzte: „Man muss davon wegkommen, nur noch die Verfahren zu sehen und dabei die Ziele aus den Augen zu verlieren. Hessen ist ein Technologieland mit Vision und Tradition. Was wir brauchen, ist Luft zum Atmen!“

Bei Live-Musik unter Palmen ging der 2. Hessische Innovationskongress ganz entspannt zu Ende. Der Termin für den nächsten steht schon fest: Der 3. Hessische Innovationskongress findet am 30. Oktober 2019 statt.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessen Trade & Invest GmbH herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbenden oder Wahlhelfenden während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie Wahlen zum Europaparlament. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlkampfveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Die genannten Beschränkungen gelten unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl die Druckschrift den Adressaten zugegangen ist. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

**Hessisches Ministerium  
für Wirtschaft, Energie,  
Verkehr und Wohnen**

Projekträger:  
**Hessen Trade & Invest GmbH**