

Referenzen Applikations Entwicklung Futurebuilt/Futurebuilt GmbH

Table of content

- Management Summary..... 3
- 2021/2022: HealthCare, Versicherung in Deutschland, Leistungsauskunfts Applikation für 30 Millionen versicherte 4
 - Leistungsauskunft Highlights..... 4
- 2020: Virtuelle Messe Fairversity mit KI-Unterstützung 5
 - Fairversity Highlights..... 5
- 2019: Mobile Solar Water Treatmentement (Aquarius)..... 6
 - Aquarius Highlights 6
- 2018: Retail: Tobaccoland (JTI) Digitalisierung von Trafiken (Kiosk) in Österreich 8
 - Tobaccoland Highlights 8
- 2016: Healthcare, USZ Lead-in 10
 - USZ Highlights 10

Management Summary

Author: Alexander Roland Ramseier, Futurebuilt/Futurebuilt GmbH, May 2022

Version: 1.0

Diese Referenzen sollen einerseits die Kompetenzen von Futurebuilt aufzeigen im Eco Partnership Rahmen und auch die Fähigkeiten und Möglichkeiten, die eine Zusammenarbeit mit uns ermöglicht.

Die Projekte sind aus den Bereichen: Retail, HealthCare und Transformation eines Geschäftsmodelles durch IoT, Blockchain, Infrastructure as a Service (Ansible, RedHat).

Die technologischen Architekturen, die wir jeweils für die Kunden entwickelt haben, sollen Menschen Ihr volles Potenzial ausschöpfen können oder Sie befähigen, monotonen Arbeiten zu automatisieren und den Fokus auf das Kreative und Innovative zu legen.

2021/2022: HealthCare, Versicherung in Deutschland, Leistungsauskunfts Applikation für 30 Millionen versicherte

Leistungsauskunft Highlights

- 5 Milliarden Projekt, davon 10 Millionen EUR Budget für die Leistungsauskunft
- August 2021-Dezember 2021, Übergabe in den Betrieb bis Juni 2022
- Infrastruktur Bedürfnisse umgesetzt für 30 Millionen Versicherte in Performance
- Testinfrastruktur und Testszenarien aufgebaut und durchgeführt
- Projektplan erstellen und in SCRUM (Sprints aufteilen) mit dem Projektteam
- Projektteam bestand aus Requirement Engineers, Codern, Infrastruktur Experten und Betreiber (Kunde).
- Dokumentation in Jira (Agile Methoden), Confluence.
- Virtuelles Team über Österreich, Kroatien und Deutschland, alles Remote.

Aufgrund von Verschwiegenheitserklärungen und Datenschutz, darf ich nicht explizit von Architekturen und Konzepten sprechen.

Ich war Projektleiter eines 10-köpfigen Entwicklungsteams in Österreich und Kroatien und habe die Kundenanforderungen aufgenommen für die Leistungsauskunft und in agiler Methodik (SCRUM) das Produkt rechtzeitig in Betrieb gebracht und im Livebetrieb parallel mit Monitoring in den Betrieb übergeben. Abnahme erfolgte mit einem Betriebshandbuch an den Kunden, der eine Vielzahl der Kassen in Deutschland vereint.

Gerne gebe ich in einem persönlichen Gespräch die einzelnen Details, so weit als möglich weiter.

2020: Virtuelle Messe Fairversity mit KI-Unterstützung

Fairversity Highlights

- 150k Budget innert 6 Monaten
- KI unterstützte Agentin für Messebesucher und Aussteller
- Mitgestaltung am Messekonzept
- Design der virtuellen Messestände

Ausgangssituation

Die Fairversity ist eine Job Messe, die jedes Jahr in der Ottakringer Brauerei stattfindet. Leider wurde aufgrund der Covid19 Situation erforderlich, die Messe in eine komplette virtuelle Messe umzugestalten.

Zielsetzung

Eine virtuelle Messe mit einer exzeptionellen User Experience mit österreichischen Lieferanten.

Konzept

Eine KI gesteuerte Messe Betreuung in bis zu 20 Sprachen, damit Sprachbarrieren überwunden werden können.

Umsetzung

Durch den österreichischen Lieferanten dmas.at hatten die grösste Flexibilität die Messestände attraktiv für die Besucher wie auch für die Aussteller zu gestalten. Wir hätten eine KI eingesetzt die auch über die Berufe, Job Auskunft hätte geben können.

Kritische Faktoren/Herausforderungen

Genügend zahlende Aussteller, damit der ROI sich lohnt. Leider war das Bewusstsein nicht da, weil viele nicht geglaubt haben, das Covid19 uns länger begleiten wird. Evtl. wird es in diesem Jahr eher möglich.

Erfolgsfaktoren

Unterstützende KI wäre das Highlight der Messe geworden. Leider hat Sie aus den genannten Gründen nicht stattgefunden, wie vom Kunden in der Referenz beschrieben.

Ergebnis/Kundennutzen

Trotz der Absage wurde dem Kunden ein Konzept mit Möglichkeiten aufgezeigt und durch die Demo Aussteller, waren sowohl Kunden wie auch der Auftraggeber beeindruckt. Sensibilisierung hat bewirkt, dass wir als Berater wieder die nächste Messe mitgestalten können.

2019: Mobile Solar Water Treatment (Aquarius)

Aquarius Highlights

- Budget 5mio EUR (Österreichische Entwicklungsbank)
- Neues digitales Geschäftsmodell um Wasser anstatt Maschinen zu verkaufen
- Marketingkonzept entwickelt und umgesetzt
- Kostengünstige Sensorik für «trinkbares Wasser» entwickelt
- Mobile App auf ionic (crossplattform)
- IBM Blockchain für Logistik, Zahlungsplattform entwickelt im Konzept
- Security Konzept für APP und Infrastruktur-as-a-platform auf Ansible (Red Hat)
- Kubernetes und microservices Applikationsstruktur
- Präsentiert am GameChanger Festival 2019 in Wien (Pro7/Sat1)

Siehe auch Artikel in der Swiss Global Enterprise

<https://www.s-ge.com/de/article/success-stories/20181-ict-futurebuilt-mit-digitalen-loesungen-fuer-unternehmen>

Ausgangssituation

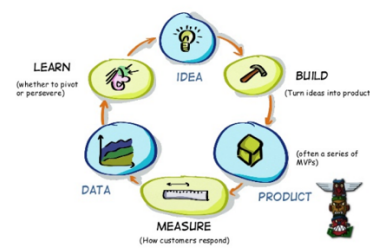
Der deutsche Mittelbetrieb hat sich vor Jahren bereits für die Erweiterung Ihres Kerngeschäftes der Elektroinstallationen dazu entschlossen Solarprodukte in Ihr Portfolio aufzunehmen. In Deutschland ist der Bedarf an Solar Anlagen und Parks so stark angestiegen das es sich gelohnt hat, in diesen Geschäftszweig zu investieren.

Zielsetzung

Um dem Wunsch der Skalierung und Globalisierung der Firma zu entsprechen, sind wir bei der Potenzialanalyse zu dem Schluss gekommen, dass es notwendig ist eine neue Produktlinie unter Einbeziehung der IoT Fähigkeit zu entwickeln. Es entstand eine autarke Wasseraufbereitungsanlage auf Solarbasis unter Einsatz verschiedenster Sensorik mit Möglichkeit der Datenauswertung durch AI zur Weiterentwicklung bzw. Optimierung des Produktes.

Konzept

Lean Startup Methode (siehe Bild) eignete sich am besten um ein MVP (Minimal viable product) zu machen. Das heisst man lernt durch die Kundenfeedbacks und durch die Daten die man bei Kunden sammelt, sobald die Maschine gebraucht wird, können diese Daten für die Weiterentwicklung der Produkte genutzt werden.



Umsetzung

Der Markt hat sich dadurch global erweitert, da der Bedarf, vor allem in Ländern wo Trinkwasser rar, groß ist. Ebenso ist eine Partnerschaft für den Vertrieb ein Muss, wo Händler punkte Schulung, Service und Support geschult werden müssen. Durch die ersten Händler werden die Verkäufe und Feedbacks der Kunden skalierbar für die Firma.

Kritische Faktoren/Herausforderungen

Die Faktoren, die hier eine sehr grosse Rolle spielen sind die Haftungsbedingungen. Deshalb wurde auch eine Digitalisierungsplattform gewählt und entwickelt, damit die Beweislage sehr klar im Schadensfall deklariert werden kann.

Risiken liegen hier auch im noch nicht erschlossenen Markt, da man nicht auf Erfahrungswerte zurückgreifen kann, dies bietet aber gleichzeitig die Chance diesen zu öffnen und durch die Datenauswertung Produkte optimal zu entwickeln.

Erfolgsfaktoren

Der Erfolg hängt in diesem Fall vom sorgfältigen Aufbau der Märkte ab. Zu viele Länder können ein Risiko darstellen, weil die Ressourcen nicht vorhanden wären. Deshalb beschränken sie sich vorläufig auf Afrika.

Kundennutzen

Der Kunde ist heute in der Lage den Markt global anzugehen als KMU. Durch die Digitalisierungsplattform steht ihm die Möglichkeit offen, weitere Produkte intelligent zu machen und so eine breite Produktpalette anzubieten. Im Weiteren wurden im Rahmen der Analyse die Prozesse digitalisiert um die Abwicklung der internen IT, vor allem in Hinsicht auf globale Projekte, effizienter und von überall erreichbar, zu gestalten.

2018: Retail: Tobaccoland (JTI) Digitalisierung von Trafiken (Kiosk) in Österreich

Tobaccoland Highlights

- MVP 150k, Projekt 5millionen EUR
- Konzeption und Customer Journey für 3000 Standorte in Österreich
- KI-Konzept und Applikation für Standortwahl der Zigarettensautomaten
- Wetterabhängige Werbung auf Digital out of Home Bildschirme (Agetur Goldbach)
- KI gesteuerte Werbung in der Filiale je nach Alter und Geschlecht
- Wifi Portal, um zusätzlich Informationen zu sammeln
- BLE Wearables Werbung
- Aktionen über ESL (Electronic shelf labeling)
- Customer Journey basierend auf Video Surveillance
- Security auf Netzwerk/Firewall/Wifi/Applikationsebene

Ausgangssituation

Seit Jahren ging der Umsatz für Tobaccoland (ehemals Tabak Austria) zurück. Es war das Bedürfnis da, mit anderen Einnahmequellen, dem sinkenden Umsatz von Tabak entgegenzusteuern.

Zielsetzung

Konzept

Es sind sowohl Digitale Massnahmen für den Handel (Trafiken in Österreich, über 6000), damit die Stammkunden besser bedient werden können und neue Kunden identifiziert werden. Mit dem neuen Konzept haben wir (Futurebuilt GmbH und Touch Erfolgsfaktor EPU) den stationären Handel mit digitalen Massnahmen (Electronic Shelf Labeling, Kaufverhaltensanalyse, Bluetooth und Wifi Werbung, Digital Signage, neuen Produkten wie Coffee to go) versehen.

Umsetzung

Wir haben sowohl Marketing wie technische Massnahmen gesetzt. Die Trafik ist bekannt, dass Kunden kurz in der Trafik verweilen und meistens Standardprodukte einkaufen. Sie leben vom Stammkundengeschäft. Alle Massnahmen zielten darauf ab, den Kunden länger in der Trafik verweilen zu lassen und möglichst neue Kunden zu identifizieren, die zu Stammkunden werden könnten. Ebenfalls konnten neue Produkte, die in der Trafik zugelassen sind, zur Umsatzsteigerung von über bis zu 20% beitragen.

Kritische Faktoren/Herausforderungen

Die Trafiken sind unter der Regulierung von der Monopol Verwaltung und jede neue Massnahme musste mit der Monopolverwaltung abgestimmt werden. Ebenfalls war der Auftraggeber nicht immer leicht zu überzeugen um neue Massnahmen, die zum Erfolg geführt haben, durchzusetzen, weil Sie die Abstimmung mit der Monopolverwaltung befürchtet haben.

Erfolgsfaktoren

Klare Abstimmung der Marketingmassnahmen und technische Umsetzung. Die Zusammenarbeit von Marketing und technischer Umsetzung war der Schlüssel zum Erfolg. Als digitaler Berater habe ich nur technische Massnahmen umgesetzt, die zum Umsatzerfolg beigetragen haben.

Ergebnis/Kundennutzen

Die im POC bestimmten 3 Trafikanten haben bis heute die Technik im Einsatz, damit die Attraktivität für Kunden aufrecht erhalten bleiben kann. Sie wünscheten sich halt eine Weiterentwicklung, die zurzeit weder von Tobaccoland noch von den Trafikanten selbst finanziert werden kann.

2016: Healthcare, USZ Lead-in

USZ Highlights

- Innerhalb von 3 Monaten eine komplett funktionierende App (mobile, desktop front- und backend umgesetzt)
- 100k für MVP, 3mio CHF Budget für Rollout
- Customer Journey Entwicklung mit dem Kunden
- MVP über eine Experience Plattform (werdewege)
- Crossplattform Mobile Applikations Entwicklung (iOS, Android, Desktop Front- und backend)
- Integration von IDNow, München
- Cisco DNA Indoor Navigation (ehemals July)
- Abgestimmtes Security Konzept für Netzwerk/Wifi/BLE/Datacenter
- Mobile apps in ionic, Front- und backend in CSS, HTML

Ausgangssituation

Das schweizerische Unispital Zürich hat jährlich ca. 30.000 Patienten und ist nah am Menschen, hochspezialisiert und auf dem neuesten Stand der Forschung und möchte durch Innovation den Krankenhausaufenthalt angenehmer gestalten.

Zielsetzung

Im Fokus stehen die Kommunikation und die Orientierung des Patienten. Getrieben werden diese vom Innovationsteam aus der IT. Es wurde eine App entwickelt, die die Terminvergabe regelt und somit können die No-shows und die damit verbundenen Kosten eingespart werden. Im weiteren wurde die Navigation von zu Hause bis zum Termin, abhängig von der Online Patientenmeldung realisiert.

Konzept

Durch eine App die auf Location based Services basiert, heisst den Standort des Kunden kennt und deshalb je nach Situation und Ort bestimmte Services anbietet, versprechen wir uns den Erfolg und Durchsetzungskraft der App.

Im Rahmen der App Entwicklung haben wir bestehende Prozesse mit dem Patienten, die noch auf nicht digitalen Weg passieren, komplett neu entwickelt. Eines der Beispiele ist die Patientenmeldung über die E-Card mit einem im Bankenumfeld üblichen Video Identifikationsverfahren.



Umsetzung

Innerhalb von 3 Monaten wurde die Software entwickelt mit einer Vorlauf Phase von 3 Monaten Entwicklungszeit des Konzepts. Mit Werdewege.com hatten wir ein Tool, das wir jeden Entwicklungsschritt dem Kunden vor dem Coding zeigen konnten. Somit hatte der Kunde ein Softwareemulation, bevor das Produkt fertig war.

Kritische Faktoren/Herausforderungen

Durch die Zusammensetzung der Module die einzeln alle funktionierten, aber noch nie so zusammengefügt wurden, gab es vereinzelt Probleme in der Fehlerfindung, weil Sie doch sehr zeitrauben war. Diese Herausforderungen haben, das Entwickler Team sehr gut gemeistert.

Ebenso waren die Datenschutzbestimmungen und rechtlichen Rahmenbedingung für den Patientenschutz ein herausforderndes Thema, dass wir in Zusammenarbeit mit dem Datenschutzbeauftragten gelöst haben.

Erfolgsfaktoren

Das Projekt wurde abgenommen und konnte die Geschäftsleitung überzeugen. Im Livetest mit dem Personal und in weiterer Folge mit ausgewählten Patienten wird zeigen, ob sich die App und der Weg in die Digitalisierung für das Gesundheitswesen durchsetzen wird.

Kundennutzen

Da der Kunde in naher Zukunft der Betreiber des ersten Spitals in der CH am Flughafen Zürich wird, wollte man für die Zukunft fit sein und die Prozesse anders angehen, heisst von der Pike auf neu gestalten und formulieren, was uns in dieser Form auch gelungen ist.