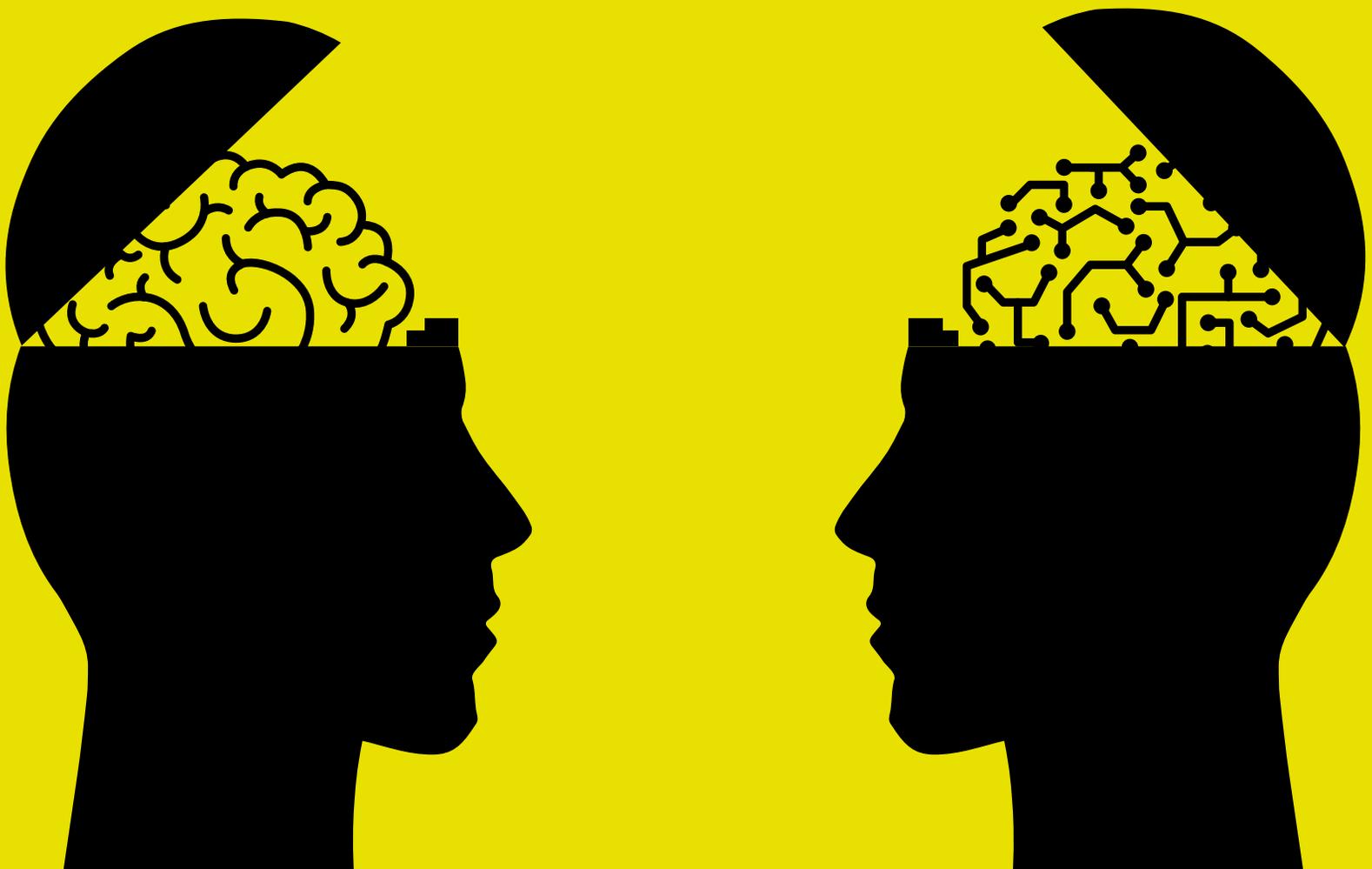


Dialog Impuls

DAS MAGAZIN
DER STADTSPARKASSE DÜSSELDORF
FÜR WIRTSCHAFT, GESELLSCHAFT
UND FINANZEN.

KI im Mittelstand – Pflicht oder Kür?

Mit digitaler Technik durch die Krise und in die Zukunft



Liebe Leserinnen und Leser,

die Coronapandemie verdeutlicht – neben all den selbstverständlich prioritären gesundheitlichen Themenstellungen –, wie entscheidend die Digitalisierung, zum Teil ergänzt durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI), ist. In jeder Branche und auch für kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU), vom Einkauf und von der Produktion über die Administration bis zur Distribution verändern digitalisierte Prozesse in atemberaubender Geschwindigkeit zumindest in Teilen die Wertschöpfungskette und entscheiden so über die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit von Geschäftsmodellen.

Der wochenlange Ausnahmezustand hat schonungslos aufgedeckt, wie viel auf unterschiedlichsten Ebenen noch zu tun ist: aufseiten der Politik, aber auch der Unternehmen. Nach der Phase der akuten Krisenbewältigung gilt es jetzt, wieder schrittweise die eigene Strategie in den Blick zu bekommen und nachzuschärfen sowie die Notwendigkeiten, aber auch die enormen Chancen der Digitalisierung zu erkennen.

Mithilfe unseres starken Netzwerkes und unserer Finanzierungsexpertise können wir helfen, beste Voraussetzungen für Unternehmen zu schaffen, und dabei die ersten Schritte gemeinsam angehen, indem wir unseren exklusiv entwickelten Digitalisierungsscheck sowie Workshops für KMU durchführen und die passenden Partner vermitteln, sei es für die Umsetzung einzelner Digitalisierungsschritte oder KI-Bausteine oder zur ganzheitlichen Transformation von Geschäftsmodellen. Und indem wir unser neues, hierauf ausgerichtetes Sonderkreditprogramm bereitstellen.

Nur wer offen für Neues ist, stellt sich sicher für die Zukunft und weitere potenzielle Krisen auf. Wir sind dabei für Sie da!

Viel Spaß und Inspiration bei der Lektüre. Und bitte: Bleiben Sie gesund!

Mit den besten Grüßen

Ihr



Uwe Baust

Mitglied des Vorstands der Stadtparkasse Düsseldorf





Märkte im Fokus

- 04 Kommentar: Feiert das Lernen!**
Digitalisierungsexperte Pascal Finette über erfolgreiche Unternehmenskultur in Zeiten des Wandels.
- 05 Digitalisierung: Wir können nicht nicht digital**
Sascha Friesike, Experte für digitale Innovation, im Interview.
- 07 Wirtschaft in Zeiten von Corona: Im Austausch bleiben!**
Eine Einschätzung der aktuellen Lage von Gregor Höll, Bereichsleiter Treasury und Asset Management bei der Stadtparkasse Düsseldorf.
- 09 Digitalisierungscheck: Wie digital ist Ihr Unternehmen?**
Wie Sie Ihren digitalen Reifegrad besser einschätzen und erste Handlungsfelder abstecken können.
- 12 33A: KI by Design**
Die Experten von 33A zeigen Unternehmen, wie sie selbst KI-Projekte umsetzen können.

- 16 Fragen und Antworten: Was Sie über künstliche Intelligenz wissen sollten**
Kunden fragen, unsere Netzwerkexperten antworten
- 18 Partnernetzwerk: Für alles den passenden Partner**
Lernen Sie die Experten für künstliche Intelligenz und die Digitalisierung aus unserem Partnernetzwerk näher kennen.

Impulse

- 21 Soforthilfe für Unternehmen: Liquide durch die Krise**
Mit ihrer Soforthilfe unterstützt die Stadtparkasse Düsseldorf Unternehmen, die in Krisenzeiten nicht auf staatliche Programme warten können.
- 22 Corona-Soforthilfe: Plötzlich im Start-up-Modus**
Wie die Stadtparkasse remote und agil ihre Firmenkunden unterstützt.
- 25 Interview: Loslegen, ausprobieren, lernen, verbessern**
Projektleiter Robin Nehring über die Soforthilfe-Taskforce.

- 26 RP Digital Solutions: „Holen Sie sich den Feind ins Boot!“**
Wie Unternehmen die Chancen der Digitalisierung nutzen können.

- 27 Podcast #DigiDUS: Hörhappen rund um die Digitalisierung**
Im neuen Podcast der Stadtparkasse Düsseldorf dreht sich alles um die Digitalisierung.

Einblicke

- 28 Portfoliomanagement: Wenn KI mit Aktien handelt**
Welche Rolle kann künstliche Intelligenz beim Portfoliomanagement spielen?
- 30 Deka-Industrie 4.0-Fonds: Investieren in Zukunftsbranchen**
Bernd Köcher über die Aufgabe, Innovationen zu identifizieren, die Geschäftsmodelle verändern können.
- 31 Meinung: Die Welt im Würgegriff von Corona**
Ein Kommentar von Andreas Vogt, Generalbevollmächtigter der Stadtparkasse Düsseldorf

Fotos: adobeStock_tujuh17belas; Heike Katthagen



Impressum (V. i. S. d. P.) Herausgeber: Stadtparkasse Düsseldorf, Kundenkommunikation, Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf
Kontakt: dialogimpuls@skduesseldorf.de, Tel.: 0211 878-1981 **Redaktion:** K12 Agentur für Kommunikation und Innovation GmbH, Düsseldorf
Gestaltung: Gockel Design, Wuppertal **Litho:** troop production, Düsseldorf **Druck:** Druckstudio GmbH Düsseldorf, Düsseldorf
Erscheinungsweise: zweimal jährlich. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beide Geschlechter.

Kommentar

Feiert das Lernen!

Von Pascal Finette, Digitalisierungsexperte

Wenn sich Unternehmen auf die Reise in die digitale Transformation begeben, möchten sie am liebsten eine Checkliste abhaken: Veränderung des Marktes? Überprüfen. Änderungen an unserem Geschäftsmodell? Überprüfen. Änderungen an unserem Betriebs- und Organisationsmodell? Prüfen und kontrollieren. Aber was ist mit den weichen Faktoren wie den Menschen und ihrer Kultur? Der berühmte Hedgefonds-Investor Ray Dalio von Bridgewater Associates reduzierte die Definition eines Unternehmens auf das Zusammenspiel von Menschen und Kultur – und sicherlich kennen viele den Ausspruch des Managementgurus Peter F. Drucker: „Kultur frisst Strategie zum Frühstück.“ Doch zunächst stellt sich die Frage: Was definiert eine erfolgreiche Unternehmenskultur? Ungeachtet dessen, was unzählige Bücher, Artikel in Wirtschaftsmagazinen oder eloquente Redner auf internationalen Konferenzen anpreisen – Kultur lässt sich nicht auf eine prägnante Zehnpunktliste von Best Practices oder Dogmen reduzieren. Kultur ist persönlich, individuell und der Ausdruck der DNA einer Organisation. Kultur ist, wenn Menschen miteinander reden. Kultur ist das, was sie sagen, nicht, was man ihnen sagt. Erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich vor allem durch einen kulturellen Faktor aus: Sie können lernen und verlernen. In einer unbeständigen, unsicheren, komplexen und mehrdeutigen Welt ist die eine Fähigkeit eines Unternehmens, Dinge schnell und kostengünstig auszuprobieren, das Gelernte zu erfassen, zu verankern und zu wiederholen, zum bestimmenden Merkmal der besten Organisationen auf der ganzen Welt geworden. Eine Kultur, die das Lernen genauso feiert wie die Bereitschaft, zu verlernen, und dadurch eine schnelle Iteration vorantreibt, definiert die zukünftige Organisation.

Pascal Finette ist Mitbegründer von *be radical* und Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmertum und offene Innovation an der Singularity University. Er arbeitete schon für Google, Mozilla und eBay. Heute spricht er weltweit über Digitalisierung, Technologietrends, neue Geschäftsmodelle und dezentralisierte Innovation.



Illustrationen: Uwe Watschounek; adobeStock.tujuh17bela

Digitalisierung

Wir können nicht nicht digital

Sascha Friesike vergleicht die Digitalisierung mit Pilzen, die ganze Wälder vernetzen. So reiche Digitalisierung in jeden einzelnen Aspekt unseres Lebens hinein. Was aber bedeutet das für Unternehmen? Welche Chancen und Risiken gibt es? Darüber sprachen wir mit dem Experten für digitale Innovationen.



Herr Friesike, warum kommen Unternehmen nicht darum herum, sich mit dem Thema Digitalisierung auseinanderzusetzen?

Der Punkt ist: Wenn die Welt sich weiterentwickelt und ich nicht darauf reagiere, die anderen aber schon, werde ich irgendwann irrelevant. Und die Digitalisierung berührt heute jeden Aspekt der Gesellschaft. Wir können gar nicht nicht digital.

Gibt es für Unternehmen einen idealen Weg, das Thema Digitalisierung anzugehen?

Nein, es gibt keine Musterlösungen. Digitalisierung bedeutet für jedes Unternehmen etwas anderes.

Haben Sie trotzdem einen Rat für Unternehmen?

Es gibt drei Kardinalfehler, die ich immer wieder beobachte – und die Unternehmen vermeiden können. Erstens glauben viele, sie müssten die Digitalisierung mit einer unendlichen Dringlichkeit vorantreiben. Sie organisieren Digitalisierung als Event statt als langfristigen Prozess. Das führt zu einem zweiten Problem: Die Digitalisierung bietet uns viele Werkzeuge mit vielen Versprechen, sie ist hochkomplex. Unternehmen reagieren auf diese Komplexität häufig mit Vereinfachung. Statt sich tief greifend mit den eigentlichen Problemen auseinanderzusetzen, suchen sie nach Abkürzungen und einfachen Lösungen.

Bei beiden Aspekten geht es vor allem um Zeit. Worum geht es beim dritten Kardinalfehler?

Um den Irrglauben, eine Technologie selbst sei die Lösung. Dafür gibt es auch den Ausdruck „Technochauvinismus“.

Können Sie uns ein Beispiel dafür geben?

Ein typisches Beispiel sind Smartboards, die man einfach in Schulen gerollt hat. Das nennt man dann Digitalisierung. Aber Smartboards übernehmen nicht einfach



Sascha Friesike

ist Professor für Design digitaler Innovationen an der Universität der Künste Berlin sowie Direktor des Weizenbaum-Instituts für die vernetzte Gesellschaft. Außerdem betätigt sich Friesike als Autor für Hörkrimis – eine Idee, die auf seine Grundschulzeit zurückgeht.

die Lehre. Niemand hat gefragt, ob sie didaktisch sinnvoll sind. Lehrer wurden nicht geschult, wie man Smartboards einsetzt, sie haben keine Zeit bekommen, sich darüber auszutauschen und neue Konzepte zu entwickeln. Irgendwann nutzen sie die Smartboards nicht mehr, dann kommt die nächste Technologie. Letztlich läuft alles auf den Faktor Zeit hinaus: Wir brauchen Zeit, uns tiefgründig und intensiv anzuschauen, welches Problem wir lösen wollen und welche Technologie dafür geeignet ist.

Digitalisierung funktioniert also nicht von heute auf morgen. Kann sie in der aktuellen Coronakrise trotzdem über Schwierigkeiten hinweghelfen?

Natürlich sind die im Vorteil, die sich schon länger mit dem Thema beschäftigt haben. Das Gute ist, wenn man der aktuellen Tragödie überhaupt etwas Positives abgewinnen kann, dass man jetzt einfach muss. Vielen Unternehmen gibt die digitale Vernetzung die Chance, auf die Situation zu reagieren und den Betrieb am Laufen zu halten. Homeoffice, Videokonferenzen und Ähnliches wären ohne das Internet gar nicht möglich. Auf der anderen Seite hängt es vom Geschäftsmodell ab, ob die Digitalisierung hilft, durch die Krise zu kommen. Ein Online-Versandhaus steht da sicherlich besser da als ein Veranstaltungsorganisator.

Im Zusammenhang mit Digitalisierung ist viel von künstlicher Intelligenz die Rede. Wie bedeutend ist KI für Unternehmen?

Das kommt ganz darauf an. Künstliche Intelligenz ist ein Werkzeug aus dem Werkzeugschrank der Digitalisierung. Sie

hilft uns, Muster zu erkennen. Damit ist KI dort sinnvoll, wo es um musterbasierte Routinetätigkeiten geht: zum Beispiel bei Reklamationen, bei der Rechnungsstellung, in der Buchhaltung, Sortierung, Lagerhaltung. Auch in der Radiologie, bei der Auswertung von CT-Bildern, kommt KI schon zum Einsatz.

Was ist Ihr Eindruck: Wie leicht oder schwer tut sich der Mittelstand mit der Digitalisierung?

Es gibt nicht *den* Mittelstand. Manche sind viel weiter als Großkonzerne. Kleine und mittelständische Betriebe haben den Vorteil, dass sie nah dran sind an ihrem Geschäft. Sie verstehen genau, wie es funktioniert, welche Technologien ihnen weiterhelfen. Die Wege sind kurz, Dinge lassen sich schnell voranbringen. Auf der anderen Seite gibt es Betriebe, die einfach weitermachen wie bisher, ohne Veränderung. Die sind schnell abgehängt. Letztendlich kommt es auf die Menschen an. Und gute Leute sitzen überall: in kleinen wie in großen Unternehmen.

Haben es junge Menschen, also die Digital Natives, leichter mit der Digitalisierung?

Das würde ich so nicht sagen. Bei einem Tischler oder Bäcker ist es egal, ob er mit oder ohne Handy aufgewachsen ist. In beiden Berufen kommt es auf andere Technologien an. Und ältere Menschen sind ja nicht in der Steinzeit aufgewachsen. Auch unter ihnen gibt es viele Technikaffine. Hinzu kommt: Wir haben heute immer mehr Informationen, die wir verarbeiten müssen. Zu einem vernünftigen Ergebnis zu kommen, wird damit immer arbeitsintensiver – und Erfahrung wertvoller.

Kann man sagen, dass sich im Idealfall Jung und Alt ergänzen?

Genau. Die junge Naivität birgt die Chance, Dinge infrage zu stellen. Das ist sehr wichtig, ersetzt die Erfahrung aber nicht. Es geht darum, eine gemeinsame Neugierde zu entwickeln.

Können Sie uns zum Abschluss noch ein konkretes Beispiel für die Chancen der Digitalisierung geben?

Ich betreue einen Doktoranden, einen Architekten, der sich die Möglichkeiten neuer Technologien für Zimmerleute anschaut. Vor 150 Jahren haben sie viel mit Holz-zu-Holz-Verbindungen gearbeitet. Das war eine sehr präzise und aufwendige Handarbeit, die irgendwann zu teuer wurde. Deshalb ist man dazu übergegangen, Holz mit Metallwinkeln zu verbinden. Das geht schneller, ist aber weniger elegant. Inzwischen gibt es Roboter, die Holz so präzise schneiden, dass sich Zimmerleute die Holz-zu-Holz-Verbindungen wieder leisten können. Damit haben sie in der Digitalisierung die Möglichkeit gefunden, verloren gegangene Praktiken wiederzubeleben. Das ist für mich ein wunderbares Beispiel für die Chancen moderner Technologien.

Wirtschaft in Zeiten von Corona

Im Austausch bleiben!



Vielen Unternehmen in Deutschland geht es momentan schlecht. Die führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute gehen inzwischen wegen Corona von einer Rezession aus. Wie sollten mittelständische Unternehmen jetzt am besten reagieren und wie können sie sich vor der nächsten Krise besser aufstellen? Eine Einschätzung von Gregor Höll, Bereichsleiter Treasury und Asset Management bei der Stadtparkasse Düsseldorf.

Herr Höll, was bedeutet die Krise für die deutsche Wirtschaft?

Wir sehen aktuell eine Krise in einem noch nie da gewesenen Ausmaß. Ich denke sogar, noch deutlich schlimmer als nach der Finanzkrise 2008. Ein Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um bis zu 7,5 Prozent würde mich nicht überraschen, denn aktuell befinden wir uns in einem Angebots- und Nachfrageschock: Viele Unternehmen können nicht produzieren, da die globalen Lieferketten unterbrochen sind, Einzelhandelsgeschäfte waren oder sind wochenlang geschlossen und gleichzeitig sind die Bürger mehr oder weniger ans Haus gefesselt. Hinzu kommt, dass viele Menschen in Kurzarbeit sind und sich damit die Konsumneigung abschwächt.

Deutschland ist eine exportstarke Volkswirtschaft. Selbst wenn wir in Europa die Pandemie hinter uns gelassen haben, werden einige unserer wichtigen Absatzmärkte, aber auch Zulieferer aus anderen Teilen der Welt noch nicht so weit sein. Das heißt, kurzfristig bleiben die Aussichten bescheiden.

Wir können froh sein, dass uns die solide Finanzpolitik der vergangenen Jahre finanzielle Freiräume geschaffen hat, die wir jetzt dringend brauchen, um die Volkswirtschaft vor dem Schlimmsten zu bewahren.

Dennoch befürchte ich, dass nicht alle Unternehmen überleben werden, sicher werden auch einige Mittelständler in große Not geraten.

Könnte das die Stunde von finanzkräftigen ausländischen Investoren sein, die diese Not ausnutzen?

Das ist eine sehr berechtigte Frage. Natürlich werden finanzkräftige Investoren versuchen, die Situation für sich zu nutzen und sich um den einen oder anderen Hidden Champion zu bemühen. Hier ist meiner Meinung nach die Bundesregierung gut beraten, insbeson-

dere bei strategisch wichtigen Zukunftstechnologien genau hinzuschauen, ob man einem Verkauf zustimmt. Grundsätzlich lebt unser Wirtschaftssystem aber auch von internationalen Investitionen, was Firmenkäufe miteinschließt.

Vor welchen Herausforderungen stehen mittelständische Unternehmen jetzt vor allem?

Kurzfristig ist die Herausforderung schlechthin, liquide zu bleiben. Von einem Tag auf den anderen kam bei vielen der Umsatz völlig zum Erliegen, während die Kosten weiterliefen. Da sind Puffer schnell aufgebraucht.

Wie sollten Unternehmer darauf reagieren?

Sprechen Sie als Unternehmer mit Ihrer Bank. Suchen Sie den Kontakt zu Ihrem Betreuer, um gemeinsam mit ihm die Hilfsangebote der Politik zu sichten. Zusammen finden Sie das für das Unternehmen optimale Hilfsprogramm. Ebenso wichtig wird eine intelligente Liquiditätsplanung und -steuerung. Sprechen Sie mit Ihren Kunden, um weiter präsent zu bleiben. Und bleiben Sie im Austausch mit Ihren Geschäftspartnern, um nicht von plötzlichen Forderungsausfällen überrascht zu werden.

Liquiditätsengpässe sind vor allem eine kurzfristige Herausforderung. Worauf sollten sich Unternehmen langfristig einstellen?

Es wird sich sicher ein stärkerer Trend in Richtung Digitalisierung etablieren. Mich hat schon überrascht, wie schnell viele Unternehmen in der Lage gewesen sind, moderne Arbeitsformen wie Homeoffice oder Videobesprechungen einzurichten. Diese positive Erfahrung wird meines Erachtens dazu führen, dass es auch nach der Krise mehr Homeoffice geben wird. Das zahlt zum einen auf die Mitarbeiterzufriedenheit ein. Hier sei das Stichwort Work-Life-Balance erwähnt. Zusätzlich bieten sich den Unternehmen Potenziale, ihre Kosten zu begrenzen, indem sie künftig gegebenenfalls weniger Büroflächen benötigen. Ich denke, da werden wir noch einiges sehen. Und ein Thema sollten wir nicht vergessen: Der „War for Talents“ läuft auch trotz Corona weiter. Fachkräfte werden auch nach der Krise knapp sein. Hier bleibt es wichtig, eine intelligente Personalpolitik zu betreiben, um Mitarbeiter mit flexiblen Modellen vom mobilen Arbeiten bis zu Teilzeit langfristig an das Unternehmen zu binden.

Inwiefern sind Unternehmer von den Bewegungen am Kapitalmarkt betroffen?

Mit dem Absturz des DAX durch Corona haben viele Anleger

Panik bekommen – doch die ist bekanntermaßen ein schlechter Ratgeber. Unternehmer sollten ihre langfristigen Anlagen, also unter anderem Staatsanleihen, die beispielsweise kaum Verluste zu verzeichnen haben, in Ruhe mit ihrem Bankberater durchsprechen. Unternehmen, die sich auch am Kapitalmarkt refinanzieren, müssen derzeit höhere Risikoaufschläge zahlen. Ein weiterer interessanter Punkt ist das aktuelle, sehr niedrige Zinsniveau. Es lohnt sich oft, die Refinanzierungsstruktur und deren Zinsbindungen zu überprüfen. Möglicherweise lassen sich Entlastungen auf der Liquiditätsseite durch ein geschicktes Management erreichen. Aber auch hier kommt es immer auf den Einzelfall an.

Wann wird sich der Kapitalmarkt erholen?

Wenn sich der Angebots- und Nachfrageschock in den Bilanzen niederschlägt, kann es zunächst noch einmal etwas unruhig werden. Hier rechne ich mit einem „heftigen Schütteln“. Ab Herbst sollten dann mit hoffentlich niedrigen Infektionszahlen wieder ruhigere Börsenzeiten mit steigenden Kursen eintreten. 2021 erwarte ich einen deutlichen Aufholeffekt, der langsam beginnt und sich immer schneller beschleunigt. So können wir im kommenden Jahr einiges aufholen, aber sicher nicht alles.

Was wären die Bedingungen für eine Erholung?

Nun, die Börse handelt die Erwartung auf die Zukunft. Wenn also am Horizont ein Silberstreif zu erkennen ist, sollten die Märkte wieder nach oben laufen.

Welche Branchen vor allem werden lange die Auswirkungen spüren – und welche haben Rückenwind?

Anbieter von digitaler Infrastruktur und Homeoffice-Lösungen, Streamingdienste, aber auch der Onlinehandel könnten deutlicher profitieren. Unternehmen der Gastronomie werden sicher leiden, wenn sich die Situation nicht kurzfristig verbessert. Ansonsten leiden einige Reiseanbieter und Fluggesellschaften unter einem gewissen Vertrauensverlust.

Was können Unternehmen jetzt lernen, um sich besser für die nächste Krise aufzustellen?

In Zukunft werden vor allem die größeren Unternehmen ihr Liquiditätsmanagement großzügiger gestalten. Und Betriebe können zum Beispiel ihre Lieferketten überdenken, um sie sicherer zu machen. Ich kann mir vorstellen, dass nach Corona wieder mehr in Europa produziert wird. Unternehmen und Verbraucher werden zugunsten der Versorgungssicherheit höhere Kosten in Kauf nehmen müssen.

Digitalisierungsscheck

Wie digital ist Ihr Unternehmen?

Die Digitalisierung bietet zahlreiche Möglichkeiten für den Einsatz in Unternehmen. Doch wo soll man anfangen? Mit dem Digitalisierungsscheck ermöglicht die Stadtsparkasse Düsseldorf ihren Firmenkunden, den eigenen digitalen Reifegrad besser einzuschätzen und erste Handlungsfelder abzustecken.



Die Digitalisierung durchdringt immer stärker unseren Alltag. Viele Unternehmen haben im Zuge dessen beispielsweise künstliche Intelligenz (KI) für sich entdeckt. Sie vereinfachen und beschleunigen mit KI ihre Prozesse – vom automatisierten Zahlungsverkehr bis zum hocheffizienten Lagersystem. Wer die Augen vor dieser Entwicklung verschließt, läuft Gefahr, den Anschluss zu verlieren. Gleichzeitig hat die Corona-Pandemie gezeigt: Wer zeitig in technische Innovationen investiert, ist besser gewappnet für Krisenzeiten.

Doch immer noch scheuen Unternehmer davor zurück, sich mit dem Thema Digitalisierung und KI auseinanderzusetzen. Zu groß erscheint es, zu wenig greifbar. Auch fehlen das Know-how, Fachkräfte oder ein zukunftsweisendes Geschäftsmodell. Komplexe Datenschutzbestimmungen, ein geringes Investitionsbudget und Sicherheitsbedenken kommen hinzu.

Hier setzt die Stadtsparkasse Düsseldorf an: Mit dem Digitalisierungsscheck bietet sie Unternehmern einen niedrigschwelligen Einstieg ins Thema Digitalisierung und künstliche Intelligenz. Das



Ziel: gemeinsam herausfinden, wo konkrete Potenziale liegen, bei denen die Kunden ansetzen können.

So funktioniert der Digitalisierungsscheck

Dafür führt der Firmenkundenbetreuer seinen Kunden durch einen webbasierten Fragebogen, den das Vertriebsmanagement Firmenkunden in Zusammenarbeit mit den Vertriebseinheiten, der Kundenkommunikation und dem Netzwerkpartner Jungmut GmbH entwickelt hat. Entlang des Fragebogens – basierend auf wissenschaftlichen Studien, dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie sowie Unternehmenspublikationen – fragt der Betreuer Themen wie Grundlagen der Digitalisierung, Organisation und Kultur, New Work und Lernen oder Cybersecurity ab.

Im Anschluss erhält der Kunde direkt im Beratungsgespräch eine erste Einschätzung seines digitalen Reifegrads. Ein ausführliches Ergebnis als PDF-Datei folgt per E-Mail, inklusive einer Einordnung des eigenen digitalen Reifegrades. „Diese Klassifizierung wird mit einer absoluten Punktzahl von 0 bis 1000 gemessen“, erklärt Tim



„Von unserem Finanzpartner erwarte ich als Prozessmanagementexperte bei der Digitalisierung nachhaltige und effiziente Finanzdienstleistungen. Nach dem Digicheck habe ich den Eindruck, dass die Stadtsparkasse Düsseldorf auf diesem Weg erfolgreich vorankommt.“

Thilo Knuppertz, Geschäftsführender
Gesellschafter BPM&O GmbH



„Wir haben bereits viele Prozesse automatisiert und durch Digitalisierung in den vergangenen Jahren extreme Verbesserungen im Workflow erreicht. Durch den Digitalisierungsscheck haben wir noch einmal neue Denkanstöße erhalten.“

Alexander Horn, Geschäftsführer
Globix Vertriebs GmbH & Co. KG

Hufermann, CEO von Jungmut. „Um sich selbst besser einordnen zu können, setzen wir das Unternehmen ins Verhältnis zur eigenen Branche. Ein Dienstleister ist beispielsweise mit 500 bis 700 Punkten im Mittelfeld, ein Handwerker schon mit 275 bis 550 Punkten.“

Je nach Branche und Digitalisierungsgrad zeigt der Ergebnisreport auch die passenden Handlungsfelder für ein Unternehmen auf, zum Beispiel in Bezug auf die Themen Innovation, Digitalisierungsstrategie, Kundenzentrierung usw. Hier erfährt der Kunde unter anderem, was einen Digital Champion in diesem Bereich ausmacht.

„Bei der Auswertung stützen wir uns auf Studien renommierter Universitäten; das Ergebnis ist sehr aussagekräftig. Und es macht sicher Sinn, den Digitalisierungsscheck nach einer gewissen Zeit zu wiederholen, um die Entwicklung des eigenen Unternehmens aufzuzeigen“, so Tim Hufermann.

Ein erster Schritt

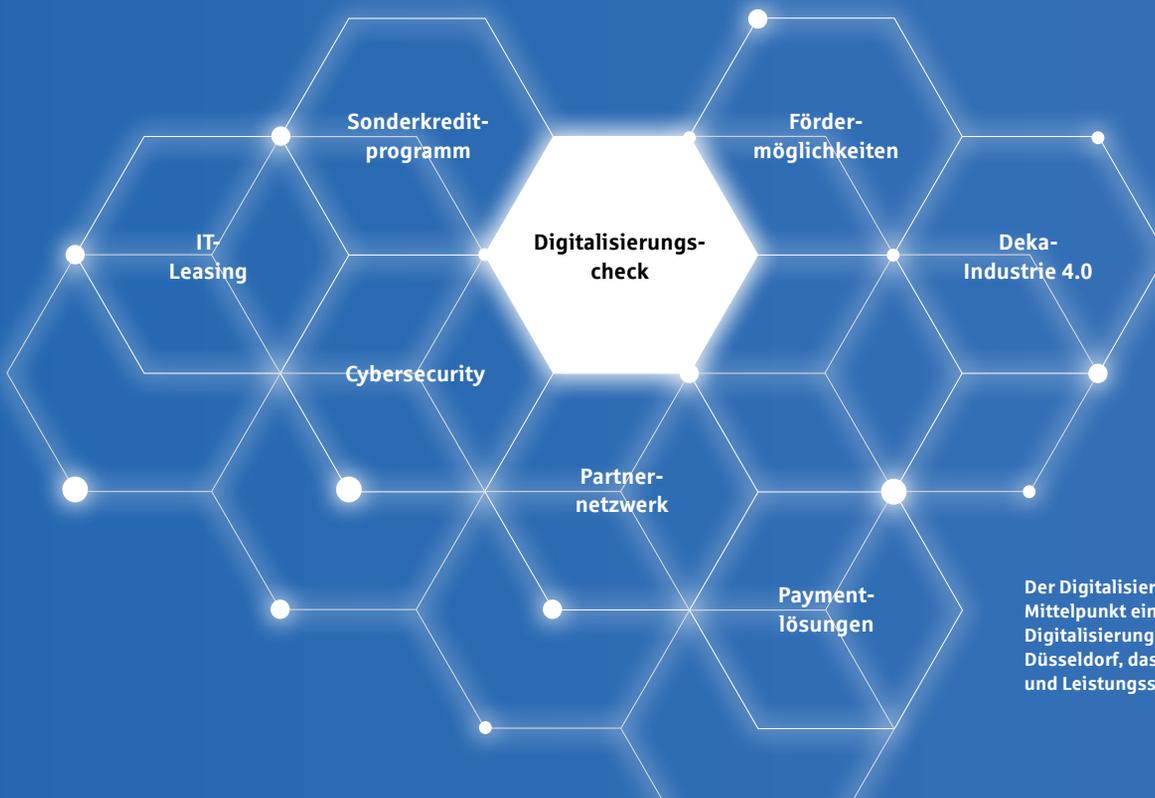
„Mit dem Digitalisierungsscheck machen unsere Kunden gemeinsam mit uns einen ersten Schritt in die richtige Richtung. Nach dem Check sehen sie, dass künstliche Intelligenz aus vielen kleinen Bausteinen besteht, aus denen sie sich daraufhin die passenden Lösungen für ihr Unternehmen auswählen können“, sagt Haitham

Ibrahim, Leiter Vertriebsmanagement Firmenkunden der Stadtsparkasse Düsseldorf. „Wir begleiten unsere Kunden dann bei der Umsetzung, indem wir beispielsweise den passenden Partner aus unserem Netzwerk vermitteln.“ Ob Finanzierung, Datensicherheit, Infrastruktur oder Förderung – es gibt bereits zahlreiche Kooperationen in unterschiedlichen Themenfeldern. Die Kontaktdaten erhalten Kunden in ihrem Ergebnisreport gleich dazu.

Sonderkredite für Investitionen

Einmal entschieden, soll dem KI-Vorhaben dann nichts mehr im Wege stehen. Damit die Investition nicht durch lange Entscheidungsprozesse hinausgezögert wird, hat die Stadtsparkasse Düsseldorf ein Sonderkreditprogramm für Firmenkunden entwickelt. Kunden erhalten schnell und pragmatisch Liquidität für Investitionen in KI-Lösungen, zum Beispiel für Hard- und Software, Ausgaben für Schulungen oder Beratungsleistungen, Ausgaben für Projektkosten mit Netzwerkpartnern, E-Autos usw. Der Verwendungszweck ist dabei weit gefasst.

Die Voraussetzungen für Unternehmer sind also geschaffen. Nun gilt es, den ersten Schritt zu wagen und einfach anzufangen. Denn wer Veränderung als Chance begreift, kann sein Unternehmen fit für die Zukunft machen.



Der Digitalisierungsscheck steht im Mittelpunkt eines umfangreichen Digitalisierungspakets der Stadtsparkasse Düsseldorf, das ein breites Produkt- und Leistungsspektrum umfasst.

33A

KI by Design

Herzstück des AI Design Sprints: Karten, die einen Überblick über 60 verschiedene KI-Technologien geben

Künstliche Intelligenz (KI) beflügelt die Fantasie: Es locken entscheidende Wettbewerbsvorteile durch effizientere Prozesse und neue Produkte. Aber wie setzt man KI ein? Was ist der erste Schritt? Und welche Auswirkungen hat der Einsatz von smarten Anwendungen auf das Unternehmen? Antworten darauf gibt es bei 33A – erarbeitet werden sie von den jeweiligen Kundenteams, die sie schließlich einsetzen sollen.



Die Kunden von 33A könnten unterschiedlicher nicht sein: von einem dänischen Staatsministerium bis zu Start-ups, aber auch Mittelständler und Großkonzerne sind darunter. Meist holen Provider für KI oder Beratungsunternehmen das Team aus Designern, KI-Experten und Moderatoren ins Boot, um das Thema greifbarer und umsetzbarer zu machen. Die Provider haben häufig verschiedene Use-Cases, die sie als spezialisierte Auswahl „von der Stange“ anbieten. Einen Überblick über die gesamte Bandbreite von KI-Anwendungen hat allerdings kaum einer. Unternehmensberater hingegen sind sehr nah an den Unternehmensbedürfnissen, haben aber nicht immer das technische Wissen in der benötigten Tiefe. Beide kommen selten zusammen – 33A baut die Brücke. „Wir glauben, dass Unternehmen das gesamte Potenzial von KI nutzen sollten. Und da es das ohnehin nicht als Plug-and-Play gibt, ist es sinnvoll, dass Unternehmen maßgeschneiderte Lösungen mit unserer Unterstützung selbst finden – denn das sind die wirklich interessanten“, erklärt Mike Brandt, der vor einigen Jahren den AI Design Sprint™ erdachte und dann mit seinem Kompagnon Jonas Wenke weiterentwickelte.

Schritt für Schritt ein bisschen schlauer

Viele KI-Projekte fangen zunächst als Inspirationsworkshop an. Was sich Geschäftsführer und Unternehmer davon erwarten? Erst einmal einen Überblick zu erhalten, was überhaupt möglich ist. „Damit kann man in ganz kleinen Schritten schlauer werden“, verspricht Mike Brandt. Der erste ist: die Unternehmensstrukturen und -prozesse mit einem strategischen Blick zu erkunden und die Vorgehensweise daran anzupassen. Nach dem „Was ist zu tun?“ folgt dann das „Wie tun wir es?“. Bei beidem helfe es, Dinge zu visualisieren, um Verbesserungspotenziale zu entdecken, so Brandt, und er kann das auch beziffern: „Rund 80 Prozent dessen, was man tut, kann man auch besser machen.“ Insbesondere Prozesse, die über Jahrzehnte gewachsen sind, können so auf den Prüfstand gestellt und an unsere neue Welt angepasst werden. Schon dieser erste Schritt der Analyse helfe Unternehmern, fortan auf Augenhöhe mit den Providern zu sprechen, verrät Jonas Wenke. Der AI Design Sprint geht aber weiter: Er holt alle Beteiligten an einen Tisch.



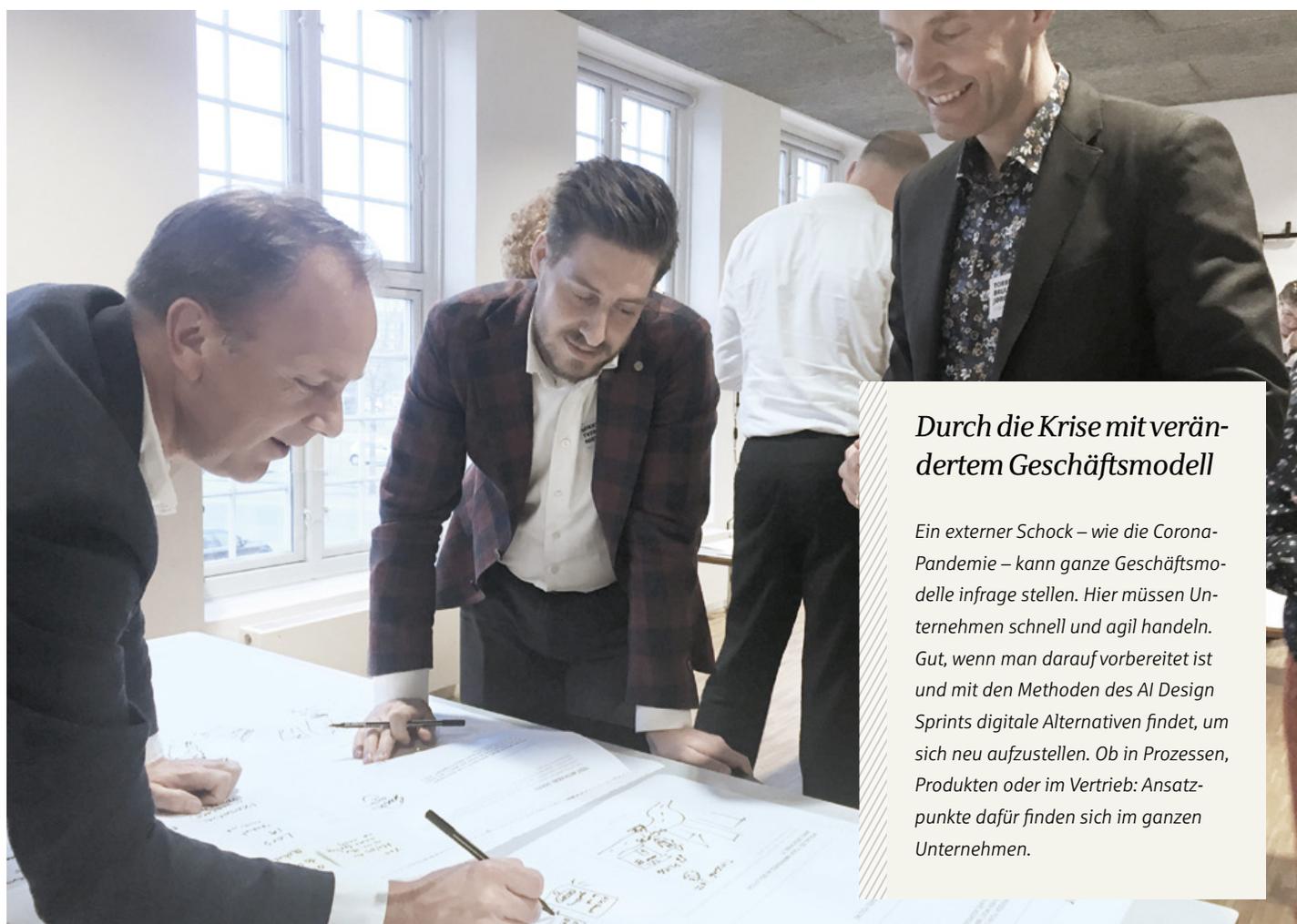
Grundlagen schaffen

Brandt und Wenke war bei der Konzeption ihrer Methoden klar: So wichtig das Unterfangen ist – sie können für die AI Design Sprints nicht ein ganzes Team fünf Tage lang aus dem Joballtag ziehen – bei anderen Design Sprints ist das die Regel. Hinzu kommt: KI-Entscheidungen muss die Geschäftsleitung treffen, vor allem natürlich auf Investitionsebene. „Entscheider bekommt man nur für halbe Tage. Deswegen haben wir Methoden entwickelt, mit denen wir sehr einfach und schnell zu Ergebnissen kommen“, erklärt Mike Brandt. Häufig werden die AI Design Sprinter im Zuge dessen von ihren Kunden gefragt, woher denn die Daten für mögliche KI-Anwendungen kämen. Schließlich hat sich die Erkenntnis mittlerweile durchgesetzt, dass mit diesem wertvollen Rohstoff alles steht und fällt. „Zunächst muss man ein KI-Konzept haben, dann lässt sich daraus ableiten, welche Art von Daten es dafür braucht“, stimmt Brandt den Bedenken zu – genau deshalb gibt es einen entsprechenden Bereich im Sprint, in dem auch hierfür die Grundlagen erkundet werden. Und: Tatsächlich verfügen viele Un-

ternehmen über mehr Daten, als ihnen bewusst ist. Sie zu erheben, kann also ein weiterer Schritt im Prozess sein. Andere lassen sich über externe Quellen beziehen.

Teamenergie nutzen

„Wenn ein neues Team den Workshopraum betritt, spürt man neben der Neugier schon auch ein bisschen Sorge: Es geht um KI – muss ich jetzt Codes schreiben?“, sagt Jonas Wenke. Allerdings könne er den Teilnehmern diese Angst schnell nehmen. Denn dafür hat 33A Methoden entwickelt, die sehr niedrigschwellig an das anknüpfen, was eigentlich jeder kann. Man braucht keine Vorkenntnisse – außer dem ungeheuer wertvollen Wissen über das eigene Unternehmen und dessen Produkte, die Branche und den Markt. Was ebenfalls wichtig ist: dass aus allen wesentlichen Bereichen der Firma jemand dabei ist. „Wir holen alle mit ins Boot, die schließlich auch für die Umsetzung verantwortlich sind“, ergänzt Mike Brandt. „Der große Vorteil: Wenn alle an der Entwicklung beteiligt sind, tragen sie den weiteren Prozess – das ist besser als jede



Durch die Krise mit verändertem Geschäftsmodell

Ein externer Schock – wie die Corona-Pandemie – kann ganze Geschäftsmodelle infrage stellen. Hier müssen Unternehmen schnell und agil handeln. Gut, wenn man darauf vorbereitet ist und mit den Methoden des AI Design Sprints digitale Alternativen findet, um sich neu aufzustellen. Ob in Prozessen, Produkten oder im Vertrieb: Ansatzpunkte dafür finden sich im ganzen Unternehmen.

managementgetriebene Lösung, die ihnen aufgedrückt wird.“ Der nachgelagerte Change-Prozess, den eigentlich jedes Unternehmen bei der Einführung von wesentlichen KI-Lösungen durchlaufe, gewinne dadurch enorm an Erfolgsaussichten. Eine lange Reihe von KI-Projekten, die auf diese Weise aus der Taufe gehoben wurden, scheint ihm recht zu geben.

Sinnvolles entwickeln

Was das Erfolgsgeheimnis der beiden ist? Jonas Wenke beschreibt es mit den Worten seiner Kunden: „Können wir nicht immer so arbeiten?“, sei im Anschluss an die AI Design Sprints eine der am häufigsten gestellten Fragen. Viele Beteiligte verließen mit einem Lächeln den Workshop – einfach, weil sie auf einem hohen Energielevel viele machbare Ansätze entwickeln. Das stärkt das Selbstbewusstsein, aber auch die Verbundenheit mit dem Unternehmen und dem Projekt. „Es kommt da so vieles zusammen, was dem eigenen Tun Sinn verleiht: die Zukunftsperspektive für das eigene Unternehmen, der Abschied von unnötigen, komplizierten

Prozessen – aber auch die Chance, durch Ressourceneinsparungen viel umweltfreundlicher zu produzieren“, betont Mike Brandt.

Was aber, wenn KI genau die Aufgaben erledigen kann, für die einzelne Teammitglieder eingestellt sind? Auch das müsse im Designprozess bedacht werden, wirft Brandt ein. Allerdings handele es sich dabei häufig um Einzelaufgaben, die in der Regel eher lästig sind und ungern erledigt werden. Mitarbeitende, die durch KI von ihnen entlastet würden, könnten ihre Energie in viel Sinnvolleres investieren. Hier wird besonders deutlich, dass mit einem KI-Projekt ein ganzer Change-Prozess im Unternehmen angestoßen werden kann. Richtig begleitet, bringt aber auch dieser alle gemeinsam voran.

Was sind die häufigsten Ansatzpunkte für KI-Lösungen?

Prozesslösungen werden weitaus am häufigsten nachgefragt. Stichwort Effizienz – verbunden ist oft damit auch ein Qualitätssprung: Abläufe werden also nicht nur verkürzt, sondern auch verbessert.

Produkte und Services – hier können Unternehmen mit neuen Angeboten an den Markt gehen, zum Beispiel mit personalisierten Produkten.

Chatbot-Design: Das ist meist eine der ersten Lösungen, die Unternehmen anfragen. Der Use-Case ist klar und es bedarf nur eines Interfaces, um einen Chatbot zu realisieren. Dieser kann von ganz einfachen Hilfen bis zu extrem intelligenten Lösungen reichen.

Die Gründer von 33A



Mike Brandt ist Hochschullehrer und hat ein Buch über Designprozesse veröffentlicht. Für seine Studierenden hat er die Google Design Sprints in die Welt der KI übersetzt.

Jonas Wenke hat seinen Master in Servicedesign gemacht und sorgt dadurch für die gute Kundenerfahrung im Prozess. Vor 33A hat er für Unternehmen wie VW gearbeitet. Gemeinsam verfügen die beiden über ein Netzwerk an KI-Experten, mit denen sie zusammenarbeiten. Sitz des Teams ist Kopenhagen, es arbeitet aber mit Kunden weltweit. Auch in Düsseldorf und der Region bietet es AI Design Sprints an. Dafür kommt das Team gerne selbst vorbei. Darüber hinaus schult es derzeit interessierte Berater und Moderatoren, die mit dem Methodenkoffer von 33A in Lizenz arbeiten.



Fragen und Antworten

Was Sie über künstliche Intelligenz wissen sollten

Die rasanten technischen Entwicklungen beim Thema Digitalisierung und – als Teil dessen – künstlicher Intelligenz schüren Unsicherheiten und werfen viele Fragen auf. Die drängendsten Fragen unserer Kunden haben Experten, unter anderem aus dem Stadtparkassen-Partnernetzwerk, für Sie beantwortet.

Werden Menschen durch KI im Unternehmen überflüssig?

Meine ganz klare Meinung: Nicht in Deutschland! KI hilft uns sogar dabei, den Fachkräftemangel auszugleichen, dem wir am Arbeitsmarkt begegnen. Bis 2040 werden wir voraussichtlich 14,5 Millionen weniger Personen als potenzielle Arbeitskräfte im deutschen Arbeitsmarkt haben. Wenn KI dabei hilft, einfache Aufgaben zu übernehmen und die Lücke kleiner werden zu lassen, ist uns allen damit geholfen. Digitalisierung, Automatisierung und künstliche Intelligenz können dazu beitragen, unser Verständnis von Arbeit zu hinterfragen, dieses neu zu definieren und vollkommen neue Potenziale zu heben. Jeder kann diese Chance nutzen, sich selbst hinterfragen und eine ganz persönliche Lücke für sich finden.

Tim Hufemann,
CEO JUNG MUT

Ist KI ein Einfallstor für Cyberattacken?

Natürlich nutzen auch Cyberkriminelle die Möglichkeiten, die KI bietet: Mit täuschend echt gefälschten Medieninhalten bringen sie beispielsweise Mitarbeiter dazu, große Summen zu überweisen – indem sie die Stimme des Vorgesetzten glaubhaft imitieren. KI kann auch Nutzerinformationen analysieren und so wahrscheinliche Passwörter identifizieren, E-Mail-Phishing automatisieren oder Schwachstellen einer IT-Infrastruktur finden. Gleichzeitig hilft KI im Kampf gegen Cyberkriminelle: Intelligente Softwarelösungen analysieren das Verhalten von Dateien und Programmen. Wenn diese beispielsweise versuchen, reihenweise Dateien umzuschreiben, werden diese Prozesse zunächst virtuell isoliert und ihr Vorgehen mit einer Angriffsverhaltensliste abgeglichen, die die KI vorab erzeugt hat. Das ist schwieriger zu umgehen als die traditionellen Malware-Scanner.

Richard Renner,
Managing Director Perseus Technologies

Wie nehme ich meine Mitarbeitenden beim Thema Digitalisierung mit?

Wer nachhaltige Veränderungen erreichen möchte, muss die Menschen im Unternehmen für das Neue begeistern und sie dazu aktivieren, Teil der Veränderung sein zu wollen. Wie das geht? Indem unter anderem ein konkretes Bild der avisierten Zukunft aufgezeigt sowie Sinn und Nutzen vermittelt werden. Indem die betriebswirtschaftlichen Hintergründe in eine menschliche Logik übersetzt werden, die das „Warum“ vermittelt. Indem die Mitarbeitenden sich im Prozess einbringen und als Teil des Ganzen erleben können. Indem es die Möglichkeit gibt, das Neue auszuprobieren und die Relevanz im Alltag zu erleben. Und mithilfe einer Kommunikation, die die Menschen von Start bis Ziel mitnimmt und über den Fakten die Emotionen nicht vergisst.

Christian Kakas,
geschäftsführender Gesellschafter K12 –
Agentur für Kommunikation und Innovation

Lohnt sich der Aufwand, KI einzusetzen?

KI lohnt sich unbedingt! Langfristig wird künstliche Intelligenz sämtliche Branchen verändern: Sie digitalisiert und optimiert bestehende Prozesse, sodass diese schneller, besser und präziser arbeiten. Auf diese Weise werden Technologien und Automatismen mit Daten künftig einen Teil der Wertschöpfung übernehmen. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es unabdingbar, sich mit den Auswirkungen auf das eigene Geschäft auseinanderzusetzen und frühzeitig Erfahrungen im Umgang mit entsprechenden Tools und Werkzeugen zu sammeln.

Marcus Goerke,
CSO/CFO NEXT Data Service

Was kostet KI und wie finanziere ich das?

Die Spannweite ist groß: Erste Workshops oder einzelne Automatisierungsprojekte liegen in der Regel im vier- bis unteren fünfstelligen Bereich. Große Digitalisierungsprojekte können Millionen kosten. Sie sollten jedoch immer bedenken, dass die Investitionen auch Kosten einsparen werden, da beispielsweise Prozesse vereinfacht oder verschlankt werden.

Für Ihre Investitionen können Sie beispielsweise einen Digitalisierungskredit der Stadtparkasse Düsseldorf oder öffentliche Mittel in Anspruch nehmen – hier berät Sie Ihr Firmenkundenbetreuer gern.

Sebastian Drath,
Leiter Abteilung Firmenkunden der Stadtparkasse Düsseldorf

Brauche ich einen großen Gesamtplan oder kann ich in Einzelschritten vorgehen?

Eine strategische Herangehensweise an den Einsatz von KI ist auf jeden Fall nötig: Dafür sollten Unternehmer einen guten Überblick über ihr Geschäftsmodell und wesentliche Prozesse haben. Mit diesem Plan können sie dann herausfinden, welche Einzelschritte sinnvoll für ihr Unternehmen sind.

Wir haben die Erfahrung gemacht, dass sich KI-Projekte sehr gut umsetzen lassen, wenn wir dafür ein Team aus Entscheidern und operativ Verantwortlichen ins Boot holen. Mit unseren Methoden können wir die ganze Bandbreite der Möglichkeiten visualisieren – und in einem wirklich schnellen Verfahren Ansatzpunkte für KI identifizieren. Damit erhält das Unternehmen eine Roadmap, auf der es sich Schritt für Schritt weiterentwickelt. Diese genaue Passung für jedes Unternehmen ermöglicht eine sehr effiziente Umsetzung, für die wir bei Bedarf Spezialisten aus unserem Netzwerk vermitteln. Der Vorteil dieser Vorgehensweise: Wenn das Team diesen KI-Fahrplan selbst entwickelt, wird er sehr häufig auch von den Mitarbeitenden mitgetragen. Wir stellen fest, dass der Einsatz eines Chatbots in der Kundenkommunikation für viele Institutionen und Firmen ein einfacher erster Schritt ist, weil er sich leicht realisieren lässt und als Business-Case auf der Hand liegt. Es kann aber auch sein, dass sich KI in der Prozessoptimierung oder der Produktinnovation besonders lohnt. Das herauszufinden und in kleineren Projekten erste Erfahrungen zu sammeln, ist tatsächlich der erste Schritt.

Mike Brandt,
Gründer von 33A

Wer hilft mir bei dem Thema weiter?

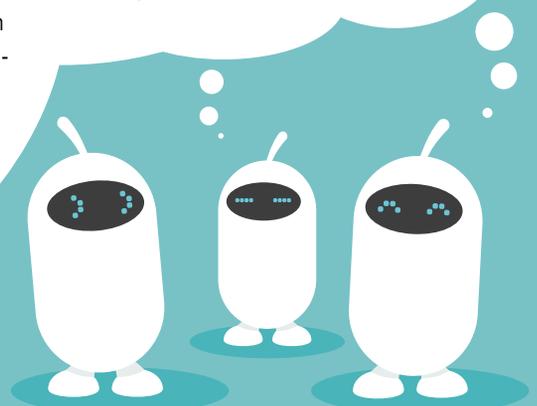
Als zentraler Ansprechpartner führt Sie Ihr Betreuer durch den Digitalisierungsscheck. Anhand der gemeinsam ermittelten Potenziale und priorisierten Handlungsfelder zeigen wir Ihnen individuelle Unterstützungsmöglichkeiten auf. Neben der gezielten Einbeziehung von Spezialisten aus unserem Haus helfen wir Ihnen, sich mit den richtigen Partnern aus unserem Netzwerk zu vernetzen.

Frank Bockermann, Leiter Abteilung Unternehmenskunden der Stadtparkasse Düsseldorf

Wie kann ich von Datenauswertungen profitieren, wenn mein Unternehmen gar nicht so viele Daten erzeugt?

Grundsätzlich stehen in jedem Unternehmen ausreichend Daten zur Verfügung: Sie müssen nur lesbar gemacht beziehungsweise extrahiert werden. Hierfür bedarf es im Einzelfall detaillierter Kenntnisse im Bereich „Datenbanken“, „Datenmodellierung“ und „Data Science“. Falls tatsächlich für gewisse Fragestellungen oder (KI-)Projekte nicht die richtigen Daten ausreichend zur Verfügung stehen, bieten Sensoren eine effiziente Möglichkeit, welche zu generieren. Eine weitere Möglichkeit wäre die Einbindung von Open-Source-Daten in den aktuellen Datenbestand.

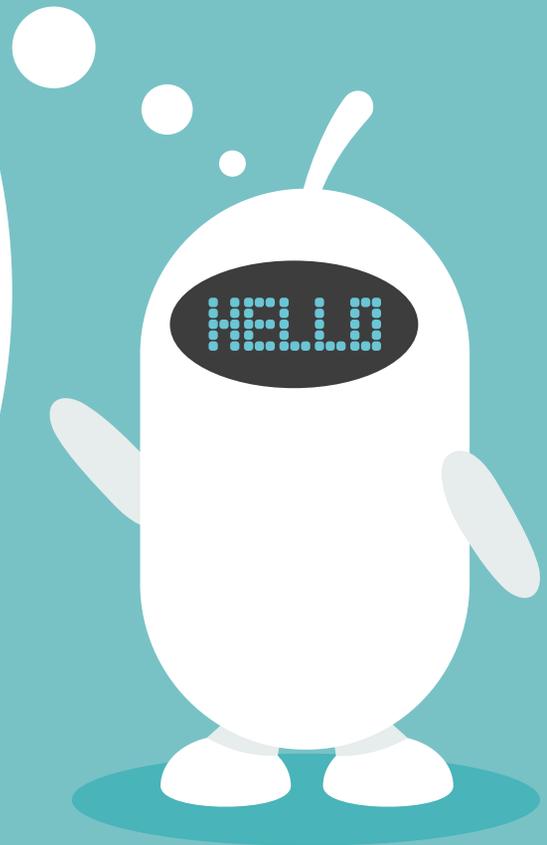
Dr. Dominique Hoffmann, Partner Digital Advisory, Warth & Klein Grant Thornton



Partnernetzwerk

Für alles den passenden Partner

Lernen Sie die Experten für künstliche Intelligenz und die Digitalisierung aus unserem Partnernetzwerk näher kennen.



Warth & Klein Grant Thornton

Warth & Klein Grant Thornton zählt zu den Top Ten der deutschen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften mit rund 1350 Mitarbeitern an zehn Standorten. Wir bieten umfassende Betreuung rund um Bilanzen, Steuern, Recht sowie Digitalisierung an.

Auf welches Problem ist Ihr Produkt genau die richtige Antwort?

Wir bieten vor allem intelligente Prozessautomatisierungen für die administrativen Prozesse an. Es handelt sich dabei beispielsweise um Roboter zur Prozessautomatisierung (Stichwort „Robotic Process Automation“).

Was ist das am weitesten verbreitete Vorurteil zum Thema KI?

Am weitesten verbreitet ist die Sorge um den Jobverlust und Fehler der KI. Ziel ist es jedoch, Mitarbeiter zu entlasten und damit ihre Zufriedenheit zu erhöhen. Hinzu kommt, dass eine mit ausreichend Trainingsdaten versorgte und überwachte KI in der Regel weniger Fehler macht als ein Mitarbeiter.

Ihr spannendstes/coolstes KI-Projekt für einen Kunden?

Programmierung eines intelligenten (Software-)Roboters, der die gesamten Aufgaben einer Kreditorenbuchhaltung mit täglich über 3000 eingehenden Rechnungen übernimmt, und das mit einer deutlich geringeren Fehlerrate als ein Kreditorenbuchhalter.

Mit welcher Mission sind Sie an den Markt gegangen?

Unser Motto lautet: „Wir digitalisieren den Mittelstand“. Unsere Mission ist es, Unternehmen dabei zu unterstützen, die enormen Potenziale der Digitalisierung und der Automatisierung zu nutzen.

Darum ist KI im Mittelstand sinnvoll

Die Digitalisierung verändert Unternehmen gravierend. Entsprechend stehen diese vor der Herausforderung, in KI zu investieren, um bei gleichbleibendem Personal das Tagesgeschäft zu bewältigen und gleichzeitig wertschöpfende Tätigkeiten durchzuführen.

Perseus Technologies

Die Vision der Perseus Technologies GmbH: dauerhaft IT-Sicherheit und Datenschutz zu ermöglichen. Ziel des mitarbeiterzentrierten Angebots ist die Etablierung einer langfristigen Cybersicherheitskultur entlang aller Phasen einer Cyberattacke.

Auf welches Problem ist Ihr Produkt genau die richtige Antwort?

Der deutsche Mittelstand ist die Achillesferse der Wirtschaft und wird zunehmend angegriffen – viele Unternehmen sind nicht in der Lage, Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Perseus stärkt die Mitarbeiter und bietet ein Sicherheitsnetz aus sofort verfügbaren Experten für den Fall eines Angriffs.

Was ist das am weitesten verbreitete Vorurteil zum Thema KI?

Dass KI ein Allheilmittel für alles ist – der Mensch muss auch weiterhin denken und sich in die Prozesse der KI reindenken.

Welche Frage zum Thema KI stellen Ihnen Ihre Kunden am häufigsten?

„Warum wird man trotz KI von Hackern angegriffen?“ – 100 Prozent Sicherheit gibt es nicht. Der beste Schutz gegen einen Angriff ist die Vorsorge und Einhaltung von Regeln.

Welche Hürden bremsen Mittelständler in der Umsetzung aus – und was bieten Sie als Lösung dafür an?

Cybersicherheit gehört nicht zu den Kernkompetenzen der meisten Mittelständler und entsprechende Expertise intern aufzubauen ist aufwendig und kostspielig. Mit dem Perseus-360-Konzept bieten wir ihnen einen Rundumschutz aus Prävention, Schutz durch Technologie und Hilfe im Notfall.

NEXT Data Service

NEXT Data Service realisiert datengetriebene Services. Dafür bringen wir 20 Jahre Erfahrung in Data-Science, Softwareentwicklung und -betrieb mit. Für unsere Kunden sind wir ständiger Begleiter, Impulsgeber und aktiver Entwickler.

Darum ist KI im Mittelstand bald nicht mehr wegzudenken

Bereits heute werden standardisierte Anwendungen zum Erstellen von Termin-/Arbeitsplänen oder Rechnungen im Mittelstand verwendet. Eine KI kann die Kosten um bis zu 50 Prozent senken und eröffnet damit ganz neue, effizientere Geschäftsmodelle.

Was ist das am weitesten verbreitete Vorurteil zum Thema KI?

Es ist trügerisch, zu denken, KI stecke noch in den Kinderschuhen und es bliebe genügend Zeit, sein Geschäftsmodell anzupassen. Das Beispiel Google zeigt: Wer den Markt frühzeitig erschließt, gewinnt. Das werden wir auch in anderen Branchen erleben.

Welche Hürden bremsen Mittelständler in der Umsetzung aus – und was bieten Sie als Lösung dafür an?

Es fehlt an Ressourcen, Zeit und einem Grundverständnis für KI-Anwendungen. Zudem müssen die benötigten Daten bereitgestellt und bereinigt werden. Wir helfen dabei, sinnvolle KI-Anwendungsfälle zu identifizieren. Danach starten wir die IT-Projekte.

Welche Frage zum Thema KI stellen Ihnen Ihre Kunden am häufigsten?

Wo fange ich an? Wie kann ich ein Beispiel finden, das alle verstehen? Warum ist KI so ein technischer Hype, der wirklich etwas verändert? Diese drei Fragen stellen unsere Kunden am häufigsten.

Ihr spannendstes KI-Projekt für einen Kunden?

Das ist unser intelligentes OP-Management: nextOR. Das selbstlernende Programm analysiert über 100 Parameter und erstellt eine optimale OP-Planung. Mitarbeiter werden entlastet und es kann schneller auf Änderungen und Notfälle reagiert werden.

JUNGMUT

JUNGMUT ist Agentur und Beratung mit Fokus auf Innovation, Kommunikation und Lead Generierung. Was dahintersteckt: Produkte und Geschäftsmodelle entwickeln, Kommunikationsmaßnahmen gestalten und Kommunikation in echten Geschäftswert transformieren.

Mit welcher Mission sind Sie an den Markt gegangen?

Gemeinsam mit unseren Kunden identifizieren und überwinden wir die Hürden, denen sie sich auf dem Weg durch die digitale Transformation stellen müssen. Dabei berücksichtigen wir immer, wo sie stehen, und gehen gemeinsam mit ihnen den nächsten Schritt.

Darum ist KI im Mittelstand sinnvoll/bald nicht mehr wegzudenken

KI beeinflusst schon heute viele Bereiche, ohne dass wir das merken – und sie wird immer leistungsfähiger. Gerade Routineaufgaben wie eine automatische Belegverarbeitung sind kleine Schritte mit KI. Spannender wird es dann mit Leadscoring oder Chatbots.

Ihr spannendstes KI-Projekt für einen Kunden?

Automatisches Leadscoring – basierend auf erfasstem Verhalten, Unternehmensinformationen und maschinellem Lernen kann eine KI dem Vertrieb eine Einschätzung geben, wie hoch die Abschlusswahrscheinlichkeit ist und worauf er sich fokussieren soll.

Welche Hürden bremsen Mittelständler in der Umsetzung aus – und was bieten Sie als Lösung dafür an?

Die Angst, dass es zu komplex wird und zu viele Stakeholder mit einbezogen werden müssen. Dabei lässt sich oft schon in Teilbereichen mit kompakten KI-Anwendungen ein großer Nutzen erzielen, der dann als Blaupause für andere Teams dienen kann.

Welche KI-Anwendung nutzen Sie persönlich schon gern?

KI-gestützte Buchhaltung nimmt uns viel Arbeit ab, im Marketing und Vertrieb nutzen wir KI für die Optimierung der Aussteuerung von Kampagnen, für Chatbots oder automatisches Leadscoring. Programme wie DeepL werden die Welt verändern und Hürden abbauen.

33A

Wir sind eine KI-Design-Firma. Unser Fokus ist es, gemeinsam herauszufinden „Was sollen wir machen?“ Danach können wir die KI-Anwendung auch bauen.

Auf welches Problem ist Ihr Produkt genau die richtige Antwort?

Wir hören immer wieder von KI, wissen aber nicht, wie wir starten sollen.

Was ist das am weitesten verbreitete Vorurteil zum Thema KI?

Viele denken, nur die großen Unternehmen könnten sich KI leisten. Nach einem Gespräch sind sie überrascht, wie einfach ein Start ist.

Welche Hürden bremsen Mittelständler in der Umsetzung aus – und was bieten Sie als Lösung dafür an?

Manchmal haben sie eine Idee, die zufällig entstanden ist, wie sie KI in einem Bereich anwenden könnten. Wir bieten einen Prozess an, um gemeinsam systematisch herauszufinden, wo es sich am meisten lohnt.

Mit welcher Mission sind Sie an den Markt gegangen?

KI hat das Potenzial, unser aller Leben dramatisch zu verbessern. Wir wollen KI jedem zugänglich machen. Ja, jede Person und jedes Team kann im Bereich KI vorn dabei sein.

Darum ist KI im Mittelstand sinnvoll

Besonders im Core Business war der Mittelstand immer schon sehr innovativ. Hier bietet KI-Technologie Möglichkeiten, noch weiter vorn zu sein, noch intelligenter zu sein – noch näher am Kunden, noch schneller zu sein, noch vorausschauender zu handeln.

Soforthilfe für Unternehmen

Liquide durch die Krise

Mit ihrer Soforthilfe unterstützt die Stadtparkasse Düsseldorf Unternehmen, die in Krisenzeiten nicht auf staatliche Programme warten können. So wie die IT-On.NET GmbH.

So funktioniert die Soforthilfe

Für Unternehmen mit Liquiditätsproblemen hat der Staat bereits Fördermittel in Milliardenhöhe bewilligt – doch bei der Menge der unterschiedlichen Programme ist es schwer, den Überblick zu bewahren. Die Stadtparkasse Düsseldorf hilft schnell, einfach und unbürokratisch. Auf www.sskduesseldorf.de/soforthilfe-sskd erfahren Sie mit nur einem Klick, welche Antragsstrecke für Sie optimal ist.

Karsten Agten, Geschäftsführer des IT-Dienstleisters IT-On.NET GmbH, hat mit der Soforthilfe Planungssicherheit gewonnen.

Karsten Agten ist derzeit viel zu Hause. Seine Verbindung zu Mitarbeitenden und Kunden: tägliche Videocalls. Selbst seinen Stammtisch hat er ins Internet verlegt. Als Geschäftsführer des IT-Dienstleisters IT-On.NET GmbH ist er dafür bestens ausgerüstet – ebenso wie seine 40 Mitarbeitenden. Ein Großteil seiner mittelständischen Kunden war hingegen nicht darauf vorbereitet, komplett aus dem Homeoffice zu arbeiten. Eine Goldgrube?

„Leider nicht“, sagt Karsten Agten. „Wenn die Belegschaft in 100-prozentiger Kurzarbeit ist, benötigt niemand IT. Wir bieten zwar seit Jahren Cloudlösungen an, doch viele Mittelständler waren bisher zögerlich. Jetzt sehen sie zwar die Dringlichkeit, doch keiner möchte derzeit viel Geld für eine neue IT-Infrastruktur ausgeben.“ Auch den spontanen IT-Service nutzten deutlich weniger Kunden.

Kreditzusage nach drei Tagen

Das größte Problem jedoch ist das zurückhaltende Zahlverhalten der Kunden. Für den Notfall hat Karsten Agten vorsichtshalber einen Antrag auf Kurzarbeit

gestellt und seine Mitarbeitenden gebeten, ihren Urlaub abzubauen. Auch das Finanzamt und die Krankenkassen hat er angesprochen, um sich beispielsweise Steuergelder stunden zu lassen. Zur Zwischenfinanzierung und um einen eventuell später eintretenden Schaden abzufangen, hat Karsten Agten außerdem online einen KfW-Kredit und die Soforthilfe der Stadtparkasse Düsseldorf beantragt – und ist begeistert von der schnellen Reaktion: „Drei Tage später war ein Kredit bereits bewilligt. Hier hat es sich ausgezahlt, dass ich seit der Gründung des Unternehmens in einem engen Austausch mit meinem Firmenkundenbetreuer bin. Er hatte bereits alle nötigen Unterlagen.“ Bis das Geld fließt, hat er seine Kontokorrentlinie kurzfristig um 50 Prozent erhöht. So kann er Lieferanten und Mitarbeitende pünktlich bezahlen.

In die Zukunft nach der Krise blickt Karsten Agten zuversichtlich: „Das Vertrauen in die Technik und ins Homeoffice steigt mit den jetzigen Erfahrungen – und genau hier können wir unsere Kunden umfassend beraten.“ Auch er selbst war „vor Corona“ kein Freund von Homeoffice. Jetzt könnte er sich sogar vorstellen, dadurch Mietfläche zu reduzieren und die Unternehmensorganisation in Zukunft flexibler zu gestalten.

Corona-Soforthilfe

Plötzlich im Start-up-Modus

Die Corona-Pandemie hat das Leben vieler Unternehmerinnen und Unternehmer schlagartig auf den Kopf gestellt. Von heute auf morgen fielen fest eingeplante Umsätze auf unbestimmte Zeit aus. Um ihren Firmenkunden in der Krise so schnell und unbürokratisch wie möglich Liquidität zu verschaffen, hat sich die Stadtparkasse Düsseldorf von einem Tag auf den anderen in den Start-up-Modus versetzt und das scheinbar Unmögliche möglich gemacht. Eine Mammutaufgabe, aus der sie viel für die Zeit „nach Corona“ gelernt hat.



Die Herausforderung

Abstimmen, abwägen, perfektionieren – so sieht der Projektalltag nicht nur in vielen Unternehmen normalerweise aus, sondern auch bei der Sparkasse Düsseldorf. Eine Vorgehensweise, die in der Regel nach Wochen oder erst Monaten die eine perfekte Lösung hervorbringt.

Doch in einer Zeit, in der sich Vorgaben täglich ändern und ganze Branchen zum Stillstand gebracht wurden, ist diese Vorgehensweise zu unflexibel. Eine andere, agilere Lösung musste her. Das Ziel: schnellstmöglich ein Soforthilfe-Kreditprogramm aufzusetzen, das

zahlreichen Firmenkunden unbürokratisch – entgegen den Standardprozessen – zu Liquidität verhilft.

Um diese Herausforderungen zu meistern, hat die Sparkasse am 23. März 2020 eine Corona-Taskforce, unterstützt durch einen externen Partner, gegründet: ein agiles und interdisziplinäres Projekt mit mehr als 60 Mitarbeitenden verschiedener Abteilungen, die innerhalb kürzester Zeit ein Corona-Soforthilfeprogramm entwickelt und umgesetzt haben – und das größtenteils mobil von zu Hause aus arbeitend. Denn durch die Corona-Pandemie musste sich auch die Sparkasse auf eine neue Art der Zusammenarbeit einstellen.

Das Projekt „Corona-Soforthilfe“ auf einen Blick

Projektstart:

23.3.2020

Projektteams:

8

Mitarbeitende:

> 60

Neue digitale Produkte:

2

(Sofortkredit und KfW-Schnellkredit)

Erstversion:

Nach 26 Stunden

(noch vor Anlauf der Förderung durch Bund, Länder und KfW)

Liveschaltung:

Nach 59 Stunden

Auszahlung der ersten Kreditanträge:

Nach 99 Stunden

Releases von Prozess- und Entscheidungsbäumen für das Liquiditätstool und die Antragsstrecken

> 60

Persönliche telefonische Firmenkundenansprachen:

> 4000

KfW-Schnellkredit (Stand 19.05.2020):

> 120 Anträge
mit einem Kreditvolumen
> 40 Mio. Euro

Soforthilfekreditprogramm (Stand 19.05.2020):

> 700 Anträge
mit einem Kreditvolumen von
> 130 Mio. Euro

Die Umsetzung

Um möglichst viele Themen gleichzeitig bearbeiten zu können, teilten sich die Projektmitarbeitenden in acht interdisziplinäre Teams aus allen Bereichen der Stadtsparkasse auf. Wichtig dabei: Jedes Team besaß alle notwendigen Ressourcen, um Prozesse aufsetzen und Entscheidungen in hoher Qualität fällen zu können. Die Gesamtprojektsteuerung übernahmen Projektleiter Robin Nehring, Innovationsmanager der Stadtsparkasse, und ein Projektbüro.

Vom ersten Tag an trafen sich alle Teilnehmenden sowie zwei Sparkassen-Vorstände täglich morgens – und in den ersten zwei Wochen auch abends – in „Projekt-Daily-Meetings“, um sich auszutauschen und schnelle Entscheidungen zu treffen. Jedes Team hatte zudem eigene „Dailys“ zur Planung und Abstimmung der jeweiligen Tagesziele.

Ausschlaggebend für den Projekterfolg war aber vor allem ein Leitgedanke: „Done is better than perfect.“ Denn um seinen Kunden sehr schnell Lösungen zur Verfügung stellen zu können, verständigte sich das Projektteam darauf, eine für den Moment funktionierende und schnelle Abwicklung der perfekten Lösung vorzuziehen – eine Vorgehensweise, die Prozesse und Diskussionen enorm verkürzt und letztendlich zum Projekterfolg geführt hat.

„Der wertschätzende und konstruktive Umgang miteinander hat uns auf eine neue qualitative Ebene der partnerschaftlichen Zusammenarbeit geführt. Jeder war Teil des Gesamterfolgs. So sollten wir auch nach dem Projekt zusammenarbeiten.“

Norbert Prenzel,
Team öffentliche Mittel



Die Erfolgsfaktoren

Dringlichkeit und Fokus

Das Projekt konnte aufgrund der aktuellen Krisensituation nicht aufgeschoben werden. Es hatte automatisch eine hohe Priorität für Stakeholder und Projektteilnehmende, denn Ziel war es, unseren Firmenkunden schnell und unbürokratisch Liquidität zu verschaffen.

Agiles Vorgehen

Statt langwierig alle Einzelheiten bis ins Detail zu diskutieren, hat das Team kurzfristige Lösungen erarbeitet.

Klare Zielsetzung

Es gab eine klare Vision und Zielsetzung, die in KPIs (Key-Performance-Indicators) überführt und täglich für alle einsehbar überprüft wurden.

Commitment von allen Seiten

Alle Beteiligten hatten dasselbe Ziel und eine sehr hohe Motivation, dieses gemeinsam zu erreichen. Verstärkt wurde dies durch das Commitment des Vorstands.

Nutzung von Daten und digitalen Tools

Um einerseits möglichst schnelle Kreditentscheidungen treffen zu können und andererseits den Austausch im Projekt zu verbessern, nutzte das Team digitale Tools und vorhandene Daten.

Nachfrage und Marktreife

Es stand von Anfang an fest, dass die neuen Produkte zu den bestehenden Bedürfnissen und zur Wertschöpfungskette der Kunden passen würden.

Integration in die Struktur der Stadtsparkasse Düsseldorf

Die neuen Produkte und innovativen Ansätze konnten in die bestehende IT-Landschaft integriert werden.

„Wir hatten viel zu tun, aber das Projekt war eher eine Entlastung, sonst wären wir untergegangen. Die Alternative wäre ein konventionelles Vorgehen gewesen und damit wären wir nicht so schnell gewesen.“

Frank Dölle, Team Operations



Loslegen, ausprobieren, lernen, verbessern



Robin Nehring,
Projektleiter des Corona-
Soforthilfeprojektes und
Innovationsmanager der
Sparkasse Düsseldorf

Herr Nehring, die Sparkasse Düsseldorf beschäftigt 1 600 Mitarbeitende, von denen die meisten quasi über Nacht mobil arbeiten mussten. Gleichzeitig mussten Sie eine schnelle Lösung finden, um den Firmenkunden der SSKD so schnell wie möglich in ihrer Notsituation zu helfen – und alle Informationen auch digital zur Verfügung zu stellen. Wie geht man eine solche Mammutaufgabe an?

Indem man die üblichen Prozesse und Kapazitäten schnellstmöglich und unmittelbar auf diese große Nachfrage ausrichtet. Am Freitag, dem 20. März hat unser Vorstand die Entscheidung dazu getroffen. Noch am gleichen Wochenende haben wir eine Soforthilfe-Taskforce einberufen, Projektteilnehmende benannt, Arbeitsteams strukturiert und sind am Morgen des 23. März 2020 in einem Kick-off mit 60 Projektmitarbeitenden gestartet – komplett virtuell und dezentral. Sicherlich war diese schnelle Entscheidung einer Ausnahmesituation geschuldet. Aber in dieser Situation war das genau die richtige Vorgehensweise und alternativlos.

Viele Mitarbeitende der Sparkasse Düsseldorf, darunter auch Projektmitglieder, haben nie zuvor in einem solchen Ausmaß digital gearbeitet. Wie haben Sie das aufgefangen?

Aufgrund der Gegebenheiten war klar, dass wir als Projektteam nur virtuell miteinander arbeiten können und die Zusammenarbeit entsprechend anpassen müssen. Eine nicht ganz triviale Situation, die wir aber gut gelöst haben: Durch den Einsatz eines digitalen Kollaborationstools konnten die Projektmitglieder transparent und für jeden einsehbar miteinander kommunizieren. Ergebnisse haben wir an digitalen Whiteboards erarbeitet, außerdem fanden regelmäßig virtuelle Teammeetings zum Austausch statt. Natürlich kam zwischendurch auch die ein oder andere Technikfrage auf. Aber auch dafür hatten wir vorab Spezialisten im Team benannt, die dann schnell und unkompliziert helfen konnten. Trotz anfänglicher Unsicherheiten bei einigen im Team

stimmte das Mindset, Neues einfach auszuprobieren. In der Praxis des Projekts haben dann alle die digitale Arbeitsweise schnell verinnerlicht.

Die Sparkasse ist nicht gerade für ihre Agilität bekannt. Wie passt das zu diesem Start-up-mäßigen Vorgehen?

Das widerspricht sich nicht. Von Beginn an war das Ziel klar: Wir wollen unseren Firmenkunden schnell und unbürokratisch Liquidität verschaffen – und das in einem dynamischen Umfeld, in dem sich die Anforderungen der Förderbanken teilweise mehrfach täglich ändern. Auch wenn wir eine etablierte Organisation sind, suchen wir den Weg, mit dem wir unseren Kunden am besten helfen können. Tatsächlich kam unsere Arbeitsweise in diesem Projekt der eines Start-ups nahe: Wir haben nach einer schnellen, praktikablen Lösung gesucht. Wir haben beispielsweise die digitalen Antragstrecken für das Sofortkreditprogramm sowie den KfW-Schnellkredit iterativ in Halbtageessprints erarbeitet, Kundenfeedbacks täglich mit in die Entwicklung einfließen lassen und über die gesamte Projektlaufzeit von fünf Wochen über 60 Releases unserer Ergebnisse – vom Auftritt im Firmenkundenportal bis zum Prozessbaum – entwickelt und optimiert. Das hat uns noch einmal gezeigt: In einem dynamischen Umfeld führt eine agile Vorgehensweise zum Ziel, unabhängig davon, ob es sich um ein Start-up oder die Sparkasse Düsseldorf handelt.

Was nehmen Sie aus diesem erfolgreichen Projekt für die Zukunft mit?

Die iterative Produkt- und Prozessentwicklung macht den Unterschied und bedient die Kundenbedürfnisse. Das gilt natürlich nicht erst seit Beginn der Corona-Pandemie. Für eine traditionelle Organisation wie die Sparkasse Düsseldorf ist hier aber durchaus noch Luft nach oben – und daran wollen wir nun weiterarbeiten: loslegen, ausprobieren, lernen, verbessern. Ich hoffe, dass wir den im Projekt entstandenen Teamspirit für viele weitere Themen und Projekte bewahren und ausbauen können.

RP Digital Solutions

„Holen Sie sich den Feind ins Boot!“



Den Leiter der RP Digital Solutions, Jochen Dahlke, erreicht man zum Interview Mitte März im Homeoffice. Die Ausbreitung von Covid-19 macht es nötig und zugleich deutlich, wie wichtig digitale Kanäle für unser Leben schon heute sind. In diesem Fall ist es das Telefon, das die physische Entfernung überbrückt. Für so gut wie jedes Unternehmen sollten es aber genauso selbstverständlich verschiedene Onlinekanäle sein, die Nähe zwischen Anbieter und Kunden herstellen. Im Gespräch erklärt Dahlke, warum er das so sieht.

Was ist der häufigste Trugschluss, auf den Sie im Gespräch mit Unternehmern stoßen?

Meist glauben sie, dass sie ihre alte Strategie auch für die Zukunft fortschreiben können. Schließlich haben Unternehmen idealerweise eine Website und versenden

regelmäßig Newsletter. Im Beratungsgespräch mit uns sehen sie dann, welche Potenziale sie ungenutzt lassen. Gerade der Einzelhandel zum Beispiel, der jetzt besonders unter der Corona-Pandemie leidet, scheint die Konkurrenz durch den Onlinehandel wie in Schockstarre hinzunehmen. Dabei sollte die Boutique um die Ecke ebenso wie der regionale Buchhandel die Chancen nutzen, die auch für sie im Internet stecken. Allerdings muss man das im Onlinemarketing entsprechend flankieren, damit die Kunden das Angebot der Unternehmen überhaupt wahrnehmen.

Was raten Sie Ihren Kunden?

Im Fall des Einzelhändlers: Holen Sie sich den Feind ins Boot und bleiben Sie damit überlebensfähig. Mit der richtigen Strategie ergänzen, ja stärken sich Offline- und Onlinevertriebskanäle sogar gegenseitig. Und

das gilt branchenübergreifend und auch für die B2B-Kommunikation. Das hat auch der Mittelstand erkannt – seit einiger Zeit stellen wir hier einen großen Nachholbedarf fest. Was Unternehmer dabei berücksichtigen müssen: Auch online verändert sich das Verhalten. So suchen insbesondere Jüngere gar nicht mehr nur per Google, sondern auch per Instagram. Dort sollten sie daher je nach Zielgruppe unterwegs sein. Einen positiven Effekt für die Personalgewinnung sieht man dabei übrigens ebenfalls. Denn wer in den sozialen Medien sichtbar ist und dabei auch noch sympathisch, nah- und fassbar wird, der punktet auch bei potenziellen Mitarbeitern.

Also auf in die sozialen Medien?

Auf jeden Fall – aber bitte mit Strategie! Es hängt vom Unternehmenskonzept ab, über welche Kanäle man mit welchen Inhalten

Netzwerkpartner mit regionaler Verankerung

RP Digital Solutions ist eine 100-prozentige Tochter der Rheinische Post Mediengruppe. Sie unterstützt Unternehmen dabei, ihre Vertriebsaktivitäten mit Onlinekommunikation erfolgreich zu flankieren. Zum Full Service der Digitalagentur gehören Angebote rund um:

- Responsive Web-Design
- E-Commerce
- Suchmaschinenoptimierung
- Performance-Marketing
- Social Media
- Multimedia

geht, wenn man erfolgreich sein möchte. Deswegen legen wir so viel Wert auf eine persönliche Beratung, in der wir gemeinsam mit unseren Kunden den Bedarf analysieren, Ziele definieren und Angebote entwickeln. Hier hilft es uns, dass wir die Region sehr gut kennen, ihre Netzwerke und Player – und die Bedürfnisse der Mittelständler, mit denen wir gemeinsam und auf Augenhöhe die passenden Konzepte für ihre Online- und Social-Media-Strategie entwerfen. Idealerweise fügt diese sich in das digitale Gesamtkonzept ein, das Sparkassen-Kunden mit den anderen Netzwerkpartnern erarbeiten. So wird schließlich ein umfassendes Digitalpaket daraus, mit dem sie sich weiterhin erfolgreich für die Zukunft aufstellen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
www.rp-digital-solutions.de

Podcast

#DigiDUS: Hörhappen rund um die Digitalisierung

Digitalisierung, was bedeutet das eigentlich für mein Unternehmen? Während einige Unternehmer sich schon mutig vorgewagt und ihre Prozesse oder sogar ganze Geschäftsmodelle umgestellt haben, ist bei anderen – aus Unsicherheit oder Unwille – die Hemmschwelle immer noch zu hoch. Mit ihrem neuen Podcast #DigiDUS spricht die Stadtparkasse Düsseldorf Digitalisierungseinsteiger wie -erfahrene an. In den zehn- bis fünfzehnminütigen Folgen geben Experten aus dem Partnernetzwerk der Stadtparkasse ebenso wie politische Akteure Einblicke in Digitalisierungstrends und Herausforderungen des Mittelstandes. #DigiDUS beantwortet die drängendsten Fragen, räumt mit Vorurteilen auf, gibt handfeste Tipps und zeigt an ganz konkreten Beispielen, wie Unternehmen bereits von der Digitalisierung profitieren.

Folge 1: Digitalisierung als Stützpfiler in Krisenzeiten

Ist Digitalisierung ein Stützpfiler in Krisenzeiten, wenn plötzlich vieles Kopfsteht und immer weniger planbar wird? In der ersten Folge von #DigiDUS sprechen Karin-Brigitte Göbel, Vorstandsvorsitzende der Stadtparkasse Düsseldorf, und Vorstandsmitglied Uwe Baust über die Digitalisierung in Krisenzeiten: Was muss der Mittelstand tun, um sich digital sicher für eine Krise aufzustellen? Wie unterstützt die Stadtparkasse ihre Kunden in der Krise? Und wie treibt sie eigentlich ihre eigene Digitalisierung voran?

Hier geht's zum Podcast

Den Podcast „#DigiDUS: Digitalisierungstrends und Herausforderungen im Mittelstand“ finden Sie ab sofort bei allen Podcast-Diensten, wie beispielsweise Apple Podcasts, Spotify oder Google Podcast, aber auch auf der Website der Stadtparkasse Düsseldorf.

Mehr Informationen:
www.sskduesseldorf.de/podcast



Portofoliomanagement

Wenn KI mit Aktien handelt

Wer mit Wertpapieren Geld verdienen will, braucht ein geschicktes Portfoliomanagement, das Risiken minimiert und langfristige Gewinne sichert. Welche Rolle kann dabei künstliche Intelligenz (KI) spielen?



Pedro Domingos, ein auf dem Gebiet des maschinellen Lernens und der künstlichen Intelligenz führender Experte der Universität Seattle (Washington), stellte in einem Spiegel-Interview fest: „Sie interessieren sich vielleicht nicht für künstliche Intelligenz, aber künstliche Intelligenz interessiert sich für Sie.“* Diese Aussage öffnet die Welt für mehrere, sehr spannende Aspekte zum Thema „künstliche Intelligenz“: Erstens genügt sich KI selbst und ist nicht auf menschliches Interesse angewiesen. Zweitens

stellt KI eine Entwicklung dar, die – einmal angestoßen – aus den unterschiedlichsten Gründen nicht mehr aufzuhalten ist. Gleichzeitig hat KI (zumindest aktuell) nichts mit Intelligenz, sondern nur mit der Sammlung und Auswertung massiver Datenmengen zu tun. Wirklich neu sind vor allem die aus der Fülle dieser unfassbar großen Datenmengen gezogenen Schlussfolgerungen: Letztere werden vor allem durch Maschinen erstellt, was wiederum zur Disziplin des „maschinellen Lernens“ führte.

Maschinelles Lernen wirbelt die Ökonomie auf

Ab etwa 2014 setzte sich mit der Evolutionsstufe „Industrie 4.0“ zunehmend eine digitale Wertschöpfung durch. Sie wird unterstützt durch automatisierte Routinen und eine nahezu komplett vernetzte Infrastruktur, die sich nicht nur auf Maschinen untereinander, sondern auch auf die Verbindung zwischen Mensch und Maschine bezieht. Insbesondere das maschinelle Lernen ist einer der Haupttreiber dieser jüngsten industriellen Revolution: Nur durch sie wurde es erstmals ermöglicht, in zuvor un(begreifbaren und komplett unstrukturierten Datenmassen (Big Data/Cloud-Anwendungen) interpretierbare Muster und auswertbare Zusammenhänge zu erkennen.

Die dahinterstehende Entwicklung ist plausibel: Die Erfindung des Computers ermöglichte das Internet. Mit dem Internet wurde sehr schnell eine Unmenge an Daten generiert, die durch das maschinelle Lernen nun beherrschbar wird. Und mit den in diesem Kontext entstandenen Algorithmen werden Komponenten geschaffen, die die Daten nicht nur verarbeiten, sondern auch zu monetarisieren vermögen. Diese neuartigen Algorithmen wirbeln die uns bekannte Ökonomie auf. Viele hochaktuelle Geschäftsfelder konnten überhaupt nur dank ausgeklügelter Algorithmen etabliert werden. Beispiele dafür bilden die individualisierten Geschäftsmodelle von Amazon oder des Streaminggiganten Netflix, die den Kunden auf scheinbar wundersame Weise das jeweils passende Produkt oder Programm vorschlagen.

Die Banken und die wunderbare Welt der Algorithmen

Die ungeheure Masse an Informationen, die bei Banken an so unterschiedlichen Stellen anfällt, prädestiniert diese Branche für das Themenfeld der KI und deren diverse Ausprägungen. Riesige Mengen an Rohdaten, die zuvor ungenutzt brachlagen, besitzen nun das Potenzial, sich zu neuen Dienstleistungen oder Produkten zu entwickeln. Innerhalb dieses Prozesses wird ein wichtiger Grundsatz deutlich: Ziel ist es immer, aus einer zuvor undefinierbaren quantitativen Masse eine sehr konkrete qualitative Aussage oder Ableitung zu generieren, dank derer man dann sinnvoll weiterarbeiten kann.

Regulatorik und Standardisierung bilden bei diesen Vorgaben einen dankbaren Nährboden. Daher eignen sich vor allem Dienstleistungen mit geringer individueller Ausprägung und mathematisch/systematisch abfragbaren Variablen, wie zum Beispiel Kredite, für den Einsatz von KI. Wer sich einmal gefragt hat, warum es seit einigen Jahren möglich ist, Onlinekredite innerhalb weniger Minuten zu erhalten, hatte bereits Kontakt mit

der Welt der Algorithmen – die ja letztendlich nichts anderes sind als komplexe mathematische Formeln.

Coronakrise – Moment der Wahrheit für Fintechs

Neben dem Kreditwesen ist der Zahlungsverkehr ein sehr beliebtes Spielfeld für innovative Finanzdienstleistungsunternehmen: Es existieren mittlerweile etliche bankenähnliche Dienstleister, die sich ausschließlich auf eine voll automatisierte Abwicklung spezialisiert haben. Der Preis, den der Kunde zahlt, ist der Verzicht auf die vormals gewohnte Individualität und die Freigabe eines Großteils seiner privaten Daten – auf der Habenseite stehen eine meist schnellere Abwicklung und geringere Kosten.

Die anspruchsvollste Disziplin ist und bleibt die der Anlageberatung bis hin zum Investmentbanking. Auch in diese Areale drängen mittlerweile die Fintechs oder andere Institute mit Banklizenzen. Der Grund ist schnell nachvollzogen: Hier bewegt sich ungleich mehr Vermögen als im Feld der Kleinkredite oder Überweisungen. Immer mehr sogenannte „Robo-Advisors“, die letztendlich nicht mehr sind als auf Algorithmen basierende Vermögensverwalter, drängen auf den Markt. Der Kunde erstellt ein Profil, auf dessen Basis mittels eines finanzmathematischen Algorithmus ein Portfolio erstellt wird, das dann ohne menschliche Interaktion ausschließlich digital verwaltet wird.

Inwieweit Fintechs zu einer besseren Geldanlage führen, konnte bis dato noch nicht nachhaltig erforscht werden. Die aktuelle Coronakrise wird zum viel beschworenen Moment der Wahrheit: Schließlich hatten alle Robo-Advisors, die in den letzten Jahren auf den Markt drängten, nur mit einer Marktphase Kontakt – der längsten Hausse aller Zeiten. Eines scheint aber bereits jetzt klar zu sein: Wer meint, mithilfe eines Anlageroboters die Krise auf den Aktienmärkten mit digitaler Effizienz umschiffen zu können, dürfte beim Anblick seines Depots eines Besseren belehrt werden. Algorithmen und Risikobewertungssysteme haben üblicherweise keinen „Crash-Button“, der angesichts eines unvorhergesehenen Kursrutsches schnell verkauft, um die Anleger vor weiteren Verlusten zu bewahren. Und wie ist es um die Geduld und die allgemeine Gemütslage jener Anleger bestellt, die in solche Fintechs investiert haben und dann selbst entscheiden müssen, was zu tun ist? Es gibt ja keinen Berater mehr, den man im Ernstfall um professionelle Unterstützung oder gar Hilfe bitten könnte. Daher sollte es wohlüberlegt sein, welchen Anteil seines Vermögens man in ein Vehikel investiert, das völlig losgelöst von der gewohnten Expertise agiert, mit der einem ein erfahrener menschlicher Berater auch im Krisenfall zur Seite stehen kann.

Offen für Innovationen

Fakt ist: Die Bankenbranche muss an vielen Stellen umdenken und sich schleunigst an die aktuellen Gegebenheiten anpassen. Das heißt vor allem, Innovationen voranzutreiben und sich neuen Geschäftsfeldern zu öffnen. Denn Banken, wie auch viele andere Unternehmen, sitzen auf einem bis dato meist ungehobenen Schatz, der Währung des 21. Jahrhunderts: Informationen. Mithilfe von KI werden sich viele neue Geschäftsfelder etablieren können, etliche werden schnell wieder vom Markt verschwinden und wiederum andere werden das uns heute bekannte Banking gänzlich verändern. Wer auf die zwischenmenschliche Komponente, Erfahrung und Intuition verzichten kann oder möchte, wird bei den Robo-Advisors eine finanzmathematisch spannende Alternative finden – nicht mehr und nicht weniger. Es spricht nichts dagegen, dieses für viele Marktteilnehmer neue Feld einmal auszuprobieren, um ein Gefühl dafür zu bekommen. Die technischen wie auch monetären Hürden werden ja mittlerweile immer niedriger. Mit der KI ist es letztendlich wie mit dem Autofahren: Man muss nicht wissen, wie ein Motor funktioniert – man sollte aber die Steuerung beherrschen.

Vielleicht kann dies ein Antrieb für bislang ungeschlossene Leser sein, sich ein wenig intensiver mit dem Thema zu beschäftigen, denn sicher ist: KI, Big Data, maschinelles Lernen und weitere Themen dieser jüngsten industriellen Evolutionsstufe werden uns in den nächsten Jahren immer stärker berühren und beschäftigen.

*Autor: Jan Müller-Schlösser,
Leiter DepotMandat
der Stadtsparkasse Düsseldorf*

Deka-Industrie 4.0-Fonds

Investieren in Zukunftsbranchen

Bernd Köcher managt für die DekaBank den Deka-Industrie 4.0-Fonds, der weltweit auf Chancen aus der Digitalisierung der Produktion setzt. Köcher ist Sektorspezialist im Technologiebereich des Wertpapierhauses der Deutschen Sparkassen. Wir sprachen mit ihm über die Aufgabe, Innovationen mit dem Potenzial, Geschäftsmodelle verändern zu können, zu identifizieren, sowie darüber, wie das Fondsmanagement auf den März-Crash reagiert hat. Und er wagt einen Blick auf zukünftige Entwicklungen.

Welche Auswahlkriterien hat der Fonds?

Das Fondsmanagement sucht weltweit Unternehmen, die die digitale Transformation erfolgreich ermöglichen oder vorantreiben. Dabei kombinieren wir Aktien von Blue Chips, also etablierten, zugleich innovativen und bekannten Firmen, mit Aktien von Spezialanbietern mit hohem Marktanteil in ihrer Nische. Wichtigste Kriterien sind Innovationsfähigkeit, Produktqualität, Kostenmanagement und Unternehmensführung. Der Börsenwert unserer Investments sollte mindestens eine Milliarde Euro betragen und auch einen liquiden Börsenumsatz aufweisen. Wichtig ist: Die Werte weisen einen hohen Themenbezug zu Industrie 4.0 auf und haben eine kerngesunde Bilanz mit geringer Verschuldung.

Aus welchen Ländern stammen die Unternehmen?

Die Technologieführerschaft des Silicon Valley spiegelt sich in einem circa 50-prozentigen Anteil am Portfolio. In den gegenwärtig 65 Firmen des Fonds findet man aber auch Champions aus Schweden wie den Messtechnikkonzern Hexagon, HIWIN Technologies aus Taiwan oder den Automatisierungskonzern ABB aus der Schweiz. Auch der Anteil deutscher Unternehmen wie Continental, Hella, Kion oder Jungheinrich ist deutlich höher als bei anderen globalen Fonds. Auch diese Unternehmen sind Spezialisten, die den Wandel ermöglichen und selbst über Konjunkturzyklen wachsen.

Wie behalten Sie den weltweiten Überblick?

Kurze Entwicklungszyklen in diesem Bereich machen es notwendig, persönlich genau hinzuschauen. Neben der Datenanalyse stoße ich auf interessante Firmen vor allem bei der Diskussion mit Industrieexperten, beim Besuch von Fachmessen rund um den Globus oder bei themenübergreifenden Diskussionen mit den Kollegen. Auch ein persönliches Meeting oder eine Telefonkonferenz mit einem Unternehmensvorstand zählen zum Programm, bevor tatsächlich ein Investment getätigt wird. Grundsätzlich umfasst das Anlageuniversum nach der Vorsortierung mit datengestützten Systemen nach Messgrößen wie Mindestkapitalisierung und Handelsvolumen rund 1100 Unternehmen. Eine Watchlist von circa 400 Titeln schauen wir uns dabei besonders intensiv an.

Hat der Corona-Crash die Mischung innerhalb des Fonds verändert?

Natürlich haben wir auf die Auswirkungen der Coronakrise reagiert. So wurden Aktien im Segment Gesundheitstechnik reduziert: Operationsroboter, wie beispielsweise vom Hersteller „Intuitive Surgical“, sind derzeit weniger gefragt, da nicht unbedingt medizinisch notwendige Eingriffe verschoben werden, um die Krankenhauskapazitäten für Coronapatienten vorzuhalten. Zudem hat die Pandemie die digitale Transformation von Unternehmen beschleunigt. Beispiele sind Homeoffice, die Nutzung von Software aus der Cloud oder auch von Videokonferenzsystemen und Softwareprodukten, die die Zusammenarbeit von Teams ermöglichen. Der Deko-Industrie 4.0-Fonds war bereits in einigen Unternehmen dieser Trends investiert. Diese Beteiligungen haben wir aufgestockt beziehungsweise haben wir Aktien weiterer Nutznießer dieser Entwicklungen hinzugekauft.

Wie hat das Fondsmanagement auf die Kursverluste reagiert?

Die Kursrückgänge konnten durch einen erhöhten Barmittelbestand etwas abgefedert werden. Zudem haben wir die Schwankungen an den Aktienmärkten mit dem Einsatz derivativer Finanzinstrumente begleitet.

Welche Auswirkungen hat die Corona-Pandemie auf die Industrie 4.0?

Unternehmen, die ihre digitale Transformation durchschritten haben, oder Unternehmen, die digitale Plattformen anbieten, sind sicherlich Gewinner dieser Krise. Dies zeigt die Notwendigkeit, die Schritte des Unternehmensumbaus in Richtung „Industrie 4.0“ konsequent weiterzugehen oder zu beschleunigen. Auch mittel- bis langfristig ergeben sich Umsatzmöglichkeiten für Automations- und Roboterhersteller, da unter Umständen in Produktionsanlagen zukünftig Mindestabstände einzuhalten sind. Dies ist durch den Einsatz von Industrieautomation darstellbar.

Kommt es zu einer Entglobalisierung?

Die Stilllegung von Fabriken in Gebieten mit einer hohen Zahl von Infizierten hat gezeigt, wie verflochten die Weltwirtschaft ist. Um die Risiken einer Produktionsunterbrechung zu minimieren, wird es voraussichtlich wieder höhere Lagerbestände in den einzelnen Produktionsstufen geben und „just-in-time“ eventuell wieder weniger entscheidend sein. Auch werden Unternehmen aus Risikogesichtspunkten ihre Produktion deutlich verteilter und flexibler aufstellen müssen. Meiner Meinung nach werden daher Megafabriken einer Vielzahl mittelgroßer, flexibler Produktionsstätten weichen. Viele Hersteller werden versuchen, bei Schlüsselprodukten mehrere Zulieferer aufzubauen. Dies haben zum Beispiel japanische Firmen nach 2011 wegen der Katastrophe Tsunami/Fukushima erfolgreich vorgemacht.

In vielen Ländern wird wieder über Abschottung der Grenzen, Protektion oder gar Handelskriege diskutiert. Könnten Trump oder der Brexit die industrielle Revolution 4.0 noch aufhalten?

Eher nicht. Eine politisch erzwungene Reindustrialisierung könnte letztlich sogar zu erhöhter Automatisierung führen – weil die Arbeitskosten in den USA oder Großbritannien natürlich höher liegen als in China oder Rumänien.

Meinung

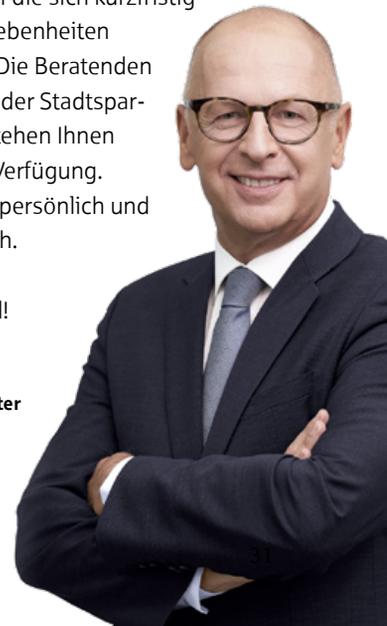
Die Welt im Würgegriff von Corona

Mit dem neuen Jahrzehnt hat ein bis dato unbekannter Akteur die Weltbühne betreten: SARS-CoV-2 löste eine Pandemie aus, die nicht nur zu weltweiten persönlichen Einschränkungen führte, sondern die Wirtschaft rund um den Globus fast zeitgleich ins Wanken brachte und den Finanzmärkten Minusrekorde bescherte. Die Finanzmärkte haben zwar den ersten Schock überwunden, aber es wird in der nächsten Zeit noch weitere heftige Schwankungen geben.

Wichtig ist es jetzt, besonnen zu bleiben. „Das Coronavirus ist ein externer Schock, vergleichbar mit einer Naturkatastrophe – heftig, aber vorübergehend“, hat es Dr. Ulrich Kater, Chefvolkswirt der DekaBank, formuliert. Diese Krise wird irgendwann ein Ende finden. Womöglich auch schneller als erwartet – sollte ein probates Heilmittel oder der passende Impfstoff gefunden werden. Eine Aktienanlage ist immer eine langfristige Anlage. Ich bin sicher, die Märkte werden die Rückgänge aufholen – wenn auch nicht innerhalb weniger Wochen. Daher kommt es mehr denn je darauf an, für die kommende Zeit nicht allein strategisch gut aufgestellt zu sein, sondern sich bei Bedarf auch taktisch zu positionieren. Sie sollten rasch auf die sich kurzfristig verändernden Gegebenheiten reagieren können. Die Beratenden im Private Banking der Sparkasse Düsseldorf stehen Ihnen dazu jederzeit zur Verfügung. Sofern gewünscht, persönlich und natürlich telefonisch.

Bleiben Sie gesund!

Andreas Vogt,
Generalbevollmächtigter
der Sparkasse
Düsseldorf



*„Die größte Gefahr in Zeiten des Umbruchs
ist nicht der Umbruch selbst,
es ist das Handeln mit der Logik von gestern“*

Peter F. Drucker