

„Menschliche Intelligenz muss digital werden“

Die digitale Transformation steigert den Wettbewerbsdruck enorm. Besonders kleine und mittlere Unternehmen brauchen jetzt dringend Partner, die gangbare Lösungen bieten auf dem Weg in die digitale Zukunft. Von Anfang an Wettbewerbsfähigkeit steigern und Kosten minimieren – so will Sven Ewert, Geschäftsführer des gleichnamigen Softwareanbieters aus Landau, kleinen und mittleren Unternehmen den Weg ebnen. Sein Credo: Wir können unsere wertvollste Ressource, nämlich unser Wissen, viel effektiver nutzen als bisher.

Der Druck wächst, in die Digitalisierung einzusteigen. Überfordert das nicht viele Unternehmen, besonders die kleinen und mittelständischen?

Das muss definitiv nicht sein! Wir fordern unsere Kunden auf: Suche Dir eine konkrete Idee aus – möchtest Du zum Beispiel erst mal mehr Leads generieren, Deine Social-Media-Kanäle bedienen, möchtest Du Wettbewerbsbeobachtung machen oder einen Presseverteiler aufbauen? Mit unserer Softwarelösung ANTON digisuite lernst Du, wie das digital funktioniert, und Du merkst, dass die Software dafür nicht wie eine Kopfschmerztablette wirkt, sondern einen Prozess ermöglicht, dessen Geschwindigkeit Du selbst bestimmen kannst. Das mindert den Wettbewerbsdruck und schafft sofort messbare Erfolge.

Wie flexibel ist die ANTON digisuite, wenn es darum geht, vorgegebene Systeme einzubinden – häufig das größte Hindernis auf dem Weg zur Digitalisierung?

Unsere Wettbewerber lösen meist nur Teilbereiche. So entstehen für jedes Thema wieder neue Systeme, zwischen denen ich Schnittstellen schaffen muss. Das ist teuer. Weil die ANTON digisuite ein offenes System ist, das mit jedem anderen System via REST API kommuniziert – schreibend wie lesend –, kann es andere Software problemlos anbinden. Wir glauben nicht an komplette Branchenlösungen. Da gibt es so viele Ausdifferenzierungen, die in einer Gesamtlösung gar nicht berücksichtigt werden können. Der Weg geht anders. Wir liefern dem Kunden eine Arbeits- und Entwicklungsumgebung, mit der er in der Lage ist, seine aktuellen Herausforderungen schnell und ohne umfangreiche EDV-Projekte zu lösen. Hierfür bietet die ANTON digisuite die technische Basis zur Lösung weiterer Herausforderungen. Damit erzeugen wir eine Lust auf Digitalisierung.

Ist nicht auch die Anwendung von Künstlicher Intelligenz eine sehr hohe Hürde für viele Unternehmen?

Es geht immer darum, Arbeiten, die ich heute selber machen muss, durch den Computer erledigen zu lassen. Die ANTON digisuite nutzt dafür keine Künstliche, sondern

sogenannte Menschliche Digitale Intelligenz. Sie eignet sich wunderbar für das Ableisten von komplexen Aufgaben beispielsweise in einem Bürobetrieb. In diesem kosten- und ressourcensparenden Ansatz sehen wir die Lösung, wie kleine und mittlere Unternehmen den Einstieg in die Digitalisierung finden werden.

Das klingt verlockend. In einem Satz formuliert: Was genau ist ANTON?

Eine Enzyklopädie anwendbaren Wissens...

...die zugleich als einziges am Markt verfügbares end-to-end-Tool zur Büroautomatisierung beworben wird? Wie passt das zusammen?

Dazu muss ich erklären, wie die drei Bereiche unserer Digitalisierungssuite – Social Intranet, CRM System und Warenwirtschaft – zusammenarbeiten. Diese Bereiche sind miteinander verwoben und tauschen automatisch Informationen aus, so dass abteilungs- und aufgabenübergreifendes Zusammenarbeiten möglich wird. Wenn man sich zum Beispiel ein Team von sechs Sachbearbeitern in einem Handelsunternehmen vorstellt, dann kann mit der ANTON digisuite jeder dieser Mitarbeiter jeden Kunden der anderen so optimal betreuen, als wäre er sein eigener. Jeder der drei Bereiche der digisuite kann aber auch einzeln genutzt werden – und das Unternehmen hat damit die Voraussetzung geschaffen, später einmal aus einem System heraus zu arbeiten. Durch die offene Architektur fügt sich die ANTON digisuite in alle Systemlandschaften ein und ist in der Lage Funktionen zu übernehmen, die nicht oder nicht zufriedenstellend abgebildet werden können.

Das macht ANTON aber noch nicht zu einer Wissensdatenbank. Wo ist der springende Punkt?

Es fehlt noch das Herzstück der ANTON digisuite. Die Leistung besteht nämlich zusätzlich darin, Expertenwissen strukturiert aufzunehmen, in atomare Aufgaben zu gliedern und es auf Laien übertragbar zu machen. Dabei liefert ANTON dem Anwender über den gesamten Prozess der Aufgabe hinweg notwendige Informationen, aber auch Dokumente, Filme, Materialbezugsquellen oder selektive Beratung. Als ob der Experte bei der Aufgabenerfüllung situativ Hilfe bietet. Wir sprechen dabei von BOTs, die in der sogenannten BOTtery, also der BOT-Bibliothek, erworben werden können. Solche BOTs ersetzen die hochdotierten Berater des Wettbewerbs, die den Preis für die Umsetzung der Digitalisierung für kleine und mittlere Unternehmen oft unerschwinglich machen. Unsere Absicht ist es aber, genau solchen Unternehmen dringend notwendige Skalierungsprozesse zu ermöglichen. Den Unterschied zu Großkonzernen, die Millionen für Marketingkampagnen ausgeben können, zu egalisieren und in ein Gleichgewicht zu bringen – darum geht es uns.

Wie kann ein solcher BOT ganz konkret eine Kampagne unterstützen?

Die Planung findet zunächst im Social Intranet statt. Hier unterstützen wir Marketer durch die feingranulare Ziel- und Projektplanung, auf deren Grundlage auch BOTs gebaut werden. Die einzelnen Aufgaben, die im BOT formuliert sind, erscheinen dann in den Daily-Doing-Listen der verschiedenen Mitarbeiter, die an dem Vorgang beteiligt sind. Die Ausführung der Kampagne erfolgt in einem Kampagnen-Modul, das zum Bereich Lead CRM gehört. In Verbindung mit bestehenden oder im Self Service angepassten Workflows werden Kampagnen mehrstufig manuell oder automatisiert ausgeführt. Um die passende Strategie entwickeln zu können, braucht es aber auch Feedback. Das liefert ein wahlweise manuelles oder automatisiertes Berichtswesen. Die automatisierte Mailablage unterstützt den Marketer bei Aufgaben wie Wettbewerbsbeobachtung, PR, Beobachtung von Verbandsaktivitäten und Sammlung von Inhalten für eigene Werbeaktionen. Die Media Lounge postet alles, was veröffentlicht werden soll, an den Unternehmensblog. Gleichzeitig ist das der Verwaltungsbereich für interne und externe Informationen.

Das alles setzt voraus, dass BOTs qualitativ vertrauenswürdig sind. Wie können Sie diese Qualität garantieren?

Dazu muss man wissen, dass das Verfassen von BOTs ein eigenes, in sich erfolgreiches und geschlossenes Geschäftsmodell ist, dass wir uns aber für den Erfolg der ANTON digisuite zu Nutze machen. Wir testen BOTs auf Qualität, Nachhaltigkeit und Ergebnis. Dann bieten wir den betreffenden BOT zu dem vom Experten festgelegten Preis an und der Verfasser erhält eine Provision. Der BOT und sein Ergebnis wird von mindestens fünf Usern bewertet. Die ersten fünf Käufer kriegen den BOT auf jeden Fall immer umsonst, müssen den BOT dafür aber bewerten. Wenn ich fünf gute Bewertungen habe, kommt der BOT in die Phase, wo er kostenpflichtig wird. Damit ist eine gewisse Vertrauensgrundlage für den User geschaffen. Wie eigenständig das Geschäftsmodell BOT funktioniert, sieht man daran, dass etwa Baumärkte bei uns anfragen, weil sie ihre Produkte mit Hilfe von BOTs besser verkaufen wollen.

Das müssen Sie erklären.

Ganz einfach. Wenn Du beispielsweise einen Holzzaun streichen willst, gehst Du in den Baumarkt und lässt Dich eine halbe Stunde von einem Baumarkt-Mitarbeiter beraten. Das führt dann zu einem Kauf von vielleicht 150 Euro. Selbst bei einer Spanne von 30 Prozent Marge hat der Baumarkt nur 50 Euro an Dir verdient. Wenn aber der Baumarkt-Mitarbeiter Dir auf Dein Handy beispielsweise den BOT „Wie erkenne ich, welches Holz das ist?“ schickt, dann kannst Du sofort und vor Ort entscheiden, welche Materialien Du brauchst, und die Beratung hat nur zwei Minuten gedauert.

Die Effizienzsteigerung, die ANTON ermöglicht, müsste sich auch in Zahlen niederschlagen. Wie sieht es damit aus?

Wir betreiben ein E-Commerce Handelsunternehmen im Bereich Werbeartikel, das ist unsere Forschungs- und Entwicklungsgrundlage. Hier haben sich die Prozesse mit ANTON digisuite um 64 Prozent verkürzt – und das ohne Einsatz von Bilderkennung, Sensorik oder spezieller Datenanalytik. Unsere Kollegin, die das Unternehmen betreut, ist in diesem Bereich anfangs relativ neu gewesen. Mit ANTON war sie sofort in der Lage, alle Schritte zu erledigen und das dreimal so schnell. Im Bereich Bilderkennung, Sensorik, Datenaustausch und Datenanalytik arbeiten wir seit sechs Jahren intensiv mit einem österreichischen Energieunternehmen zusammen. Vergleichszahlen aus der Branche belegen, dass unser Kunde einen Vorsprung von 24 Prozent bezogen auf Kunden-, Mitarbeiter und Umsatzzahlen hat.

Wenn Sie einen Blick in die Zukunft werfen: Welchen Beitrag zur Digitalisierung wird ANTON digisuite in fünf Jahren geleistet haben?

In fünf Jahren ist ANTON in Deutschland die neue Enzyklopädie des Wissens für Business-Anwender und expandiert in den englischsprachigen Raum.

Anzahl der Wörter: 1.255

Anzahl der Zeichen mit Leerzeichen: 9.028

Anzahl der Zeichen ohne Leerzeichen: 7.776