



Lasst uns reden.

Über die Herausforderungen
unserer Zeit.

Nie war es wichtiger, über die Themen unserer Zeit zu sprechen. Noch wichtiger ist es, sie auch anzugehen.

Statt nur über Pläne und Möglichkeiten zu sprechen, kümmern wir uns bereits um den Wandel, der uns alle betrifft. Denn so komplex die Agenda auch scheint, nie zuvor hatten wir so viel Wissen und Werkzeug wie heute, um Lösungen zu finden.

Damit die Menschen im Mittelpunkt jeder Lösung stehen, müssen wir sie mitnehmen. In die Konversation, aber vor allem in die Prozesse.

Denn Veränderung verunsichert. Aber: Ohne Veränderung kein Fortschritt. Nur die, die ihre Meinung und ihr Verhalten verändern können, werden überhaupt etwas bewegen.

Wir befähigen dazu, bisherige Routinen aufzubrechen, in neue Richtungen zu denken und mit frischen Methoden zu arbeiten. Dafür stehen wir morgens auf: Dein, Ihr, euer Wandel treibt uns an.

Denn
Change

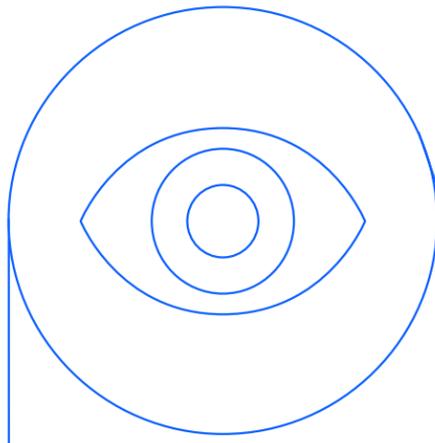
ist immer.

Der Wandel treibt uns an. Aber was treibt den Wandel?

Machen, statt nur reden. Finden wir gemeinsam Antworten
auf einige der großen Fragen unserer Zeit!



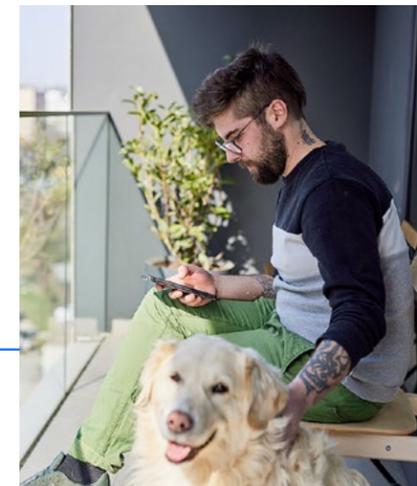
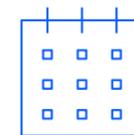
Wie nutzen wir
den digitalen



Wandel
als unsere



Chance?

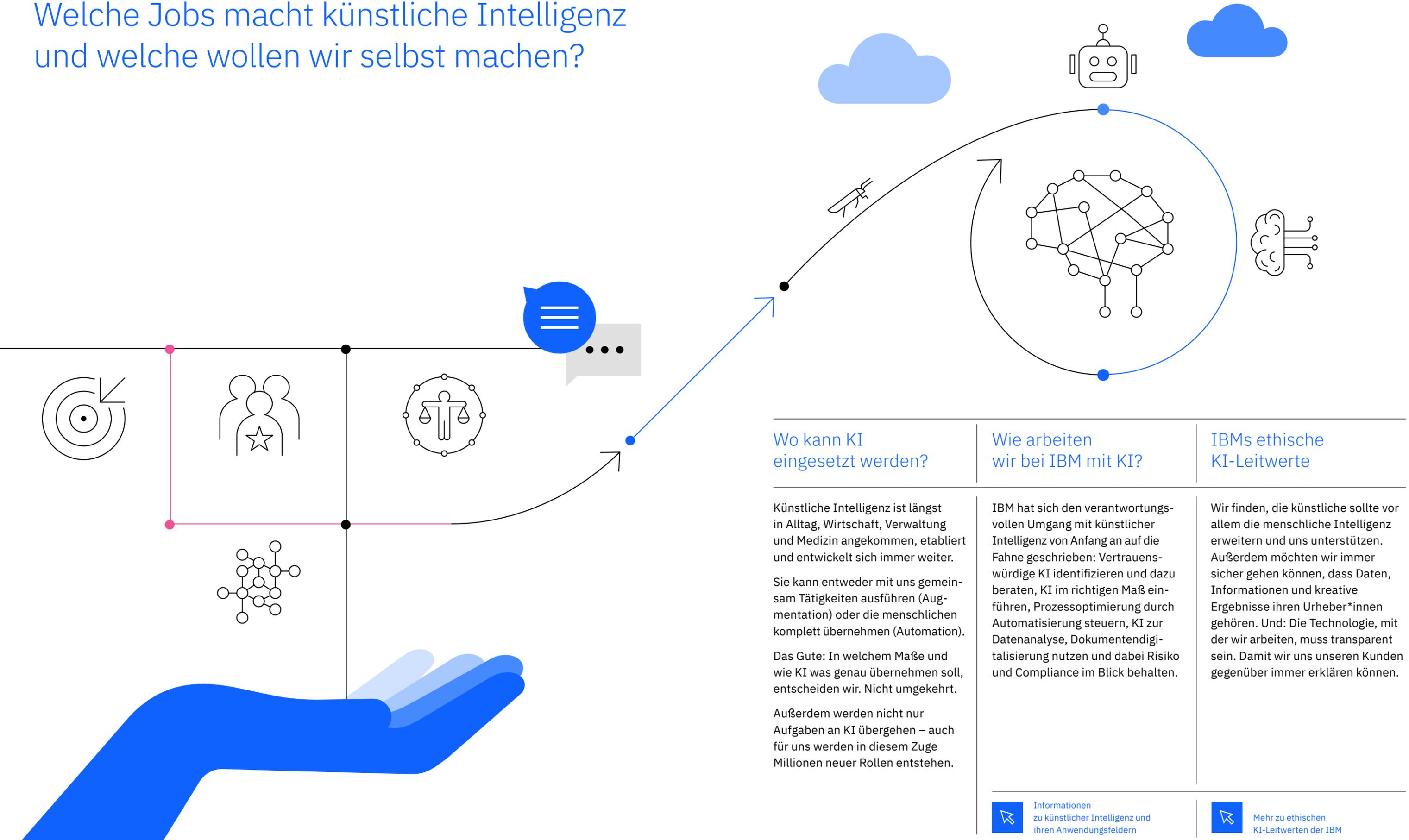


„/Imagine“



...eine Welt, in der
KI dein Freund
und keine Gefahr ist.

Welche Jobs macht künstliche Intelligenz und welche wollen wir selbst machen?



Wo kann KI eingesetzt werden?

Künstliche Intelligenz ist längst in Alltag, Wirtschaft, Verwaltung und Medizin angekommen, etabliert und entwickelt sich immer weiter.

Sie kann entweder mit uns gemeinsam Tätigkeiten ausführen (Augmentation) oder die menschlichen komplett übernehmen (Automation).

Das Gute: In welchem Maße und wie KI was genau übernehmen soll, entscheiden wir. Nicht umgekehrt.

Außerdem werden nicht nur Aufgaben an KI übergehen – auch für uns werden in diesem Zuge Millionen neuer Rollen entstehen.

Wie arbeiten wir bei IBM mit KI?

IBM hat sich den verantwortungsvollen Umgang mit künstlicher Intelligenz von Anfang an auf die Fahne geschrieben: Vertrauenswürdige KI identifizieren und dazu beraten, KI im richtigen Maß einführen, Prozessoptimierung durch Automatisierung steuern, KI zur Datenanalyse, Dokumentendigitalisierung nutzen und dabei Risiko und Compliance im Blick behalten.

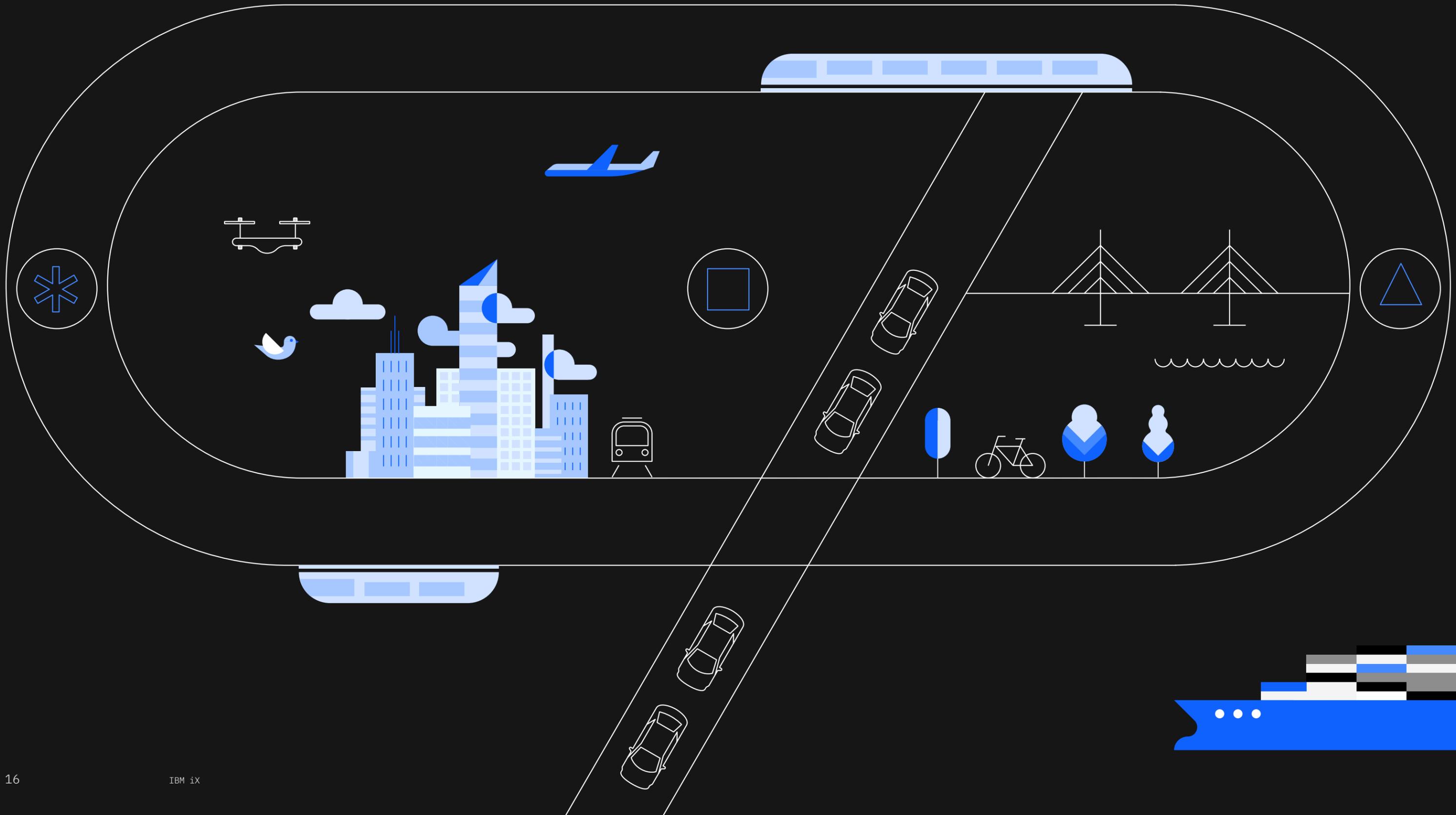
IBMs ethische KI-Leitwerte

Wir finden, die künstliche sollte vor allem die menschliche Intelligenz erweitern und uns unterstützen. Außerdem möchten wir immer sicher gehen können, dass Daten, Informationen und kreative Ergebnisse ihren Urheber*innen gehören. Und: Die Technologie, mit der wir arbeiten, muss transparent sein. Damit wir uns unseren Kunden gegenüber immer erklären können.

 [Informationen zu künstlicher Intelligenz und ihren Anwendungsfeldern](#)

 [Mehr zu ethischen KI-Leitwerten der IBM](#)

Wie sieht denn nun die Zukunft der Mobilität aus?

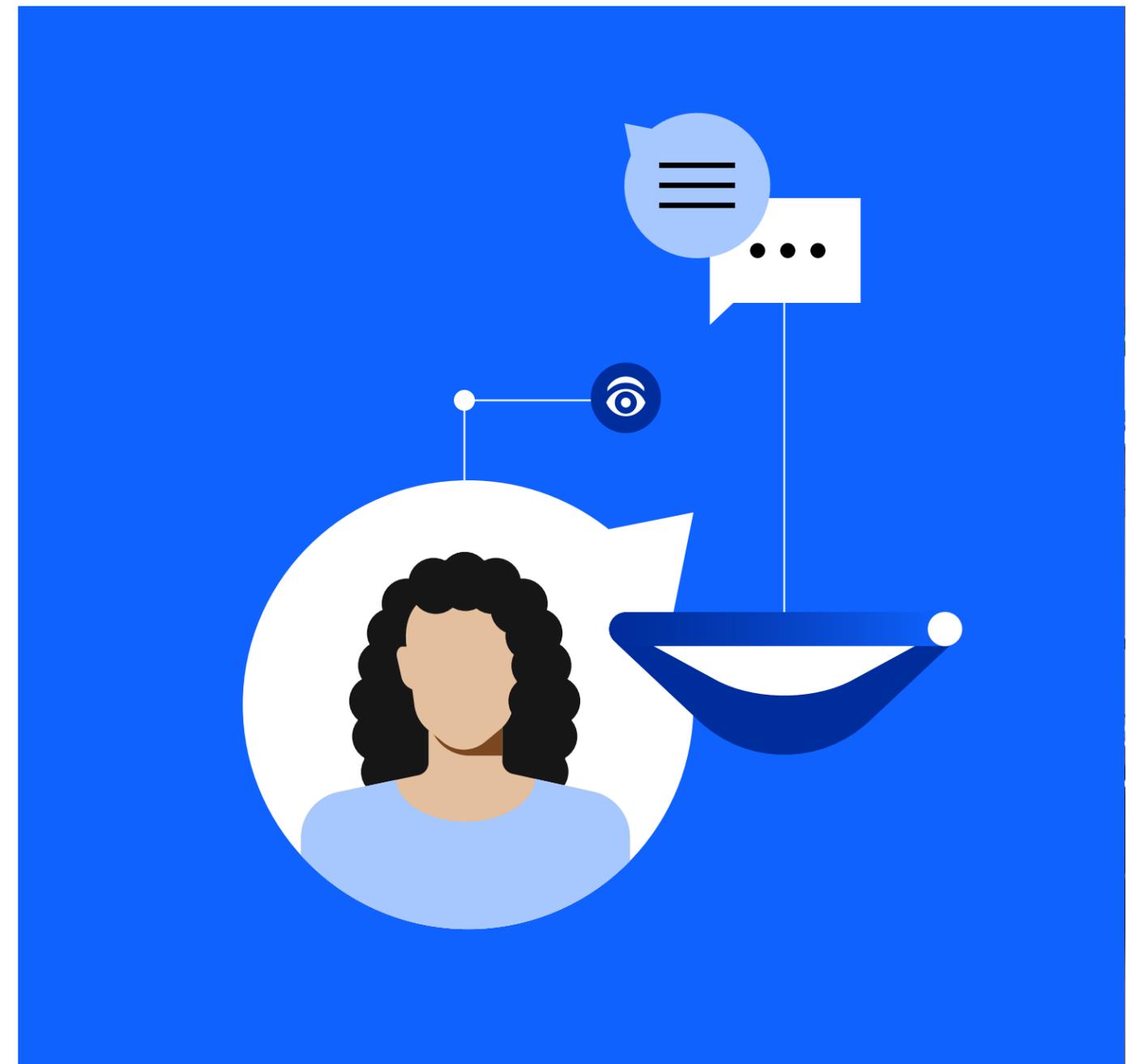




Wer sich traut,
die nächste Frage
zu stellen, kommt
zu Antworten.

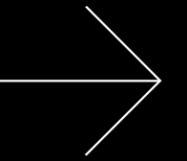


Am Anfang unserer Beratung steht immer ein Dialog, am liebsten auf Basis von Daten und Analysen. Das ist der Start. Dann kommt die Kür. Von der Recherche zur Idee, zu Konzept, Entwicklung, Inhalt und Design – wir bleiben im Austausch.



And solutions.

Unser Ziel ist, kein „ja, aber“ mehr zu hören. Solange fordern wir uns selbst heraus. Damit das Ergebnis wirklich passt. Dazu braucht es Know-how, Leidenschaft und ein effizientes, ganzheitliches, agiles Management – 5 × Check.



Cut

Neuanfang

Es ist Zeit, umzudenken. Ganz gleich, in welcher Branche wir uns bewegen – die nötigen Veränderungen sind keine schnelle Sache. Das sind Herausforderungen mit derzeit noch einigen unbekanntem Variablen. Teils stehen ganze Industrien vor einem Neuanfang.

Wir tauchen tief in die Problemstellungen ein, haben sehr spezifisches Branchenwissen entwickelt und können so nicht nur mitreden, sondern vorangehen.

Ob Autos künftig Computer auf Rädern sein werden, wie wir die öffentliche Verwaltung komplett ins Netz kriegen, wie Retail nachhaltig funktioniert – wir sind schon dran.

Am Anfang steht immer eine Frage.

Gesundheit digital managen? Für mehr Oh ja und weniger Oh je.

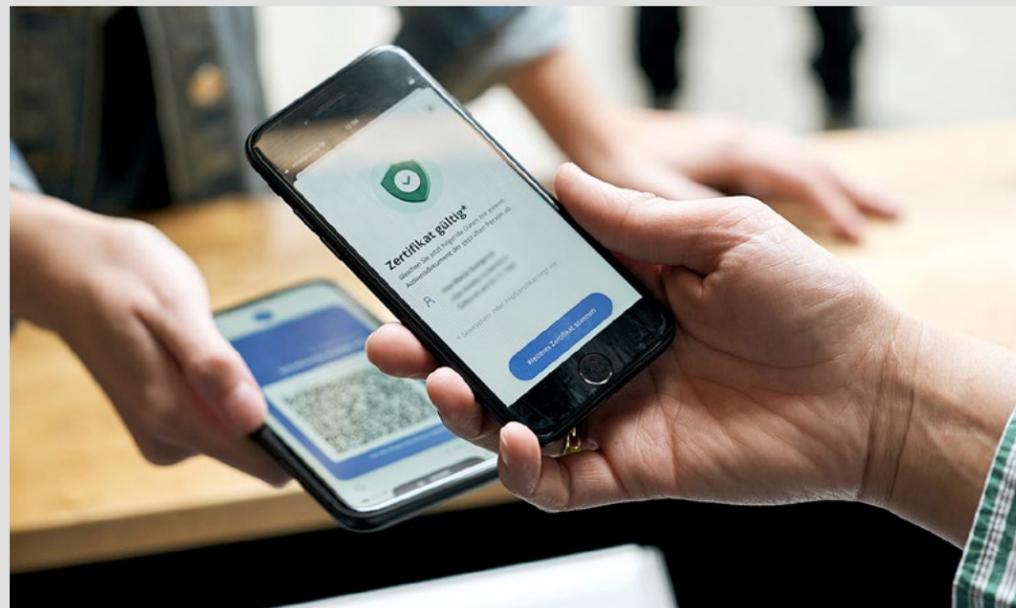
Corona hat das Gesundheitswesen aufgerüttelt und herausgefordert – durchaus auch positiv. Die Digitalisierung wurde befeuert und Hürden, Lücken und viele Chancen aufgedeckt. Setzen wir da an.

Emanzipierte Patient*innen, die Verantwortung für ihre Gesundheit übernehmen und ihre medizinischen Daten selbst verwalten – reine Zukunftsvision?

Der Wandel im Gesundheitswesen hat längst begonnen und will aktiv weiter gestaltet werden, mit innovationsstarken digitalen Produkten und Services.

Sicherheit steht dabei an erster Stelle, dicht gefolgt von Usability. Denn nur Anwendungen, die vertrauenswürdig und einfach bedienbar sind, nutzen wir auch.

Ob elektronische Patientenakte, digitaler Impfnachweis oder Therapiebegleitung per App – Gesundheit ohne Zettelwirtschaft sorgt für mehr Oh ja statt viel Oh je!



Lange Zeit ging gar nichts ohne einen digitalen Impfnachweis wie in der CovPass-App, der meistgeladenen kostenlosen iPhone-App 2021 und 2022. Wir haben den CovPass-Service zusammen mit Ubirch in Rekordzeit umgesetzt und durch die einfache Bedienbarkeit die Bevölkerung noch enger an die Digitalisierung des Gesundheitswesens herangeführt. Dieses Momentum nutzen wir für weitere digitale Gesundheitsanwendungen, die wir agil und end-to-end entwickeln – mit den Erwartungen und Bedürfnissen von Nutzer*innen an erster Stelle.



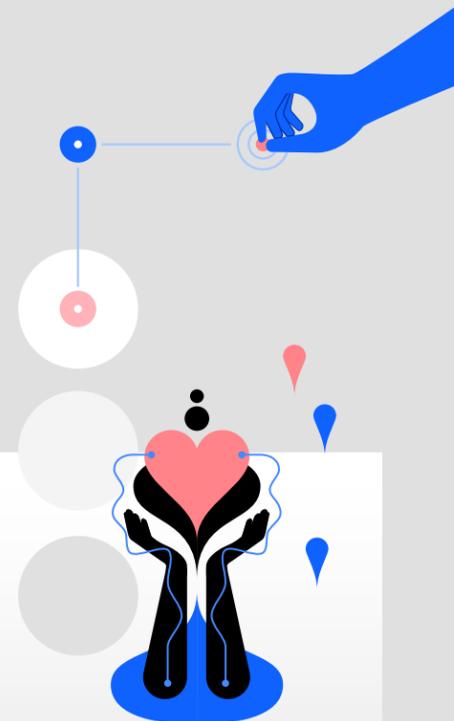
Health Lab – Kreativlabor für die Gesundheitsbranche

Um die Zukunft der digitalen Gesundheit mitzugestalten, haben wir einen Platz geschaffen: das IBM Health Industry Lab. In den interaktiven, eigens dafür gestalteten Räumen, kommen Akteur*innen verschiedener Fachbereiche zusammen und arbeiten gemeinsam an Lösungen für das Gesundheitswesen.

 Unsere Lösungen und Kontakte für Healthcare & Life Sciences

„Unser Ziel ist klar: Wir möchten erreichen, dass sich digitale Gesundheitsservices ganz selbstverständlich in den Alltag integrieren. Der Weg dorthin führt über Co-Creation: Wenn wir Ärzt*innen, Patient*innen und Institutionen von Anfang an am Gestaltungsprozess beteiligen, bringen die Services allen Beteiligten einen deutlich erkennbaren Mehrwert. Und demokratisieren das Gesundheitswesen.“

Katina Sostmann, Design Principal Health und Executive Creative Director, IBM iX



Unplanbar? Auf dem Plan! NextGen der Versicherungen.

Wer weiß schon, was morgen ist, in Zeiten, in denen sich vieles ändert und unplanbar scheint? Das fängt beim Gesundheitsmanagement an und hört bei der Sachversicherung auf. Ein transparentes, nutzerzentriertes digitales Angebot ist entscheidend. Insbesondere für die junge Generation.

Versicherer möchten Teil des täglichen Lebens der Versicherten sein. Nicht erst kontaktiert werden, wenn ein Notfall eingetreten ist oder eine Rechnung beglichen werden soll. Dafür müssen sie Bedürfnisse und Lebensrealität ihrer Versicherten kennen.

Gleichzeitig haben Versicherte steigende Erwartungen: Versicherungen sollen Begleiter, Partner und vielfältig verfügbar sein. Der Kontakt zur Versicherung soll ein Omnichannel-Erlebnis sein. Um jede Generation der Versicherten anzusprechen, bedarf es einer umfassenden digitalen Transformation der Branche.



Versicherungen für die junge Generation

52 %

der Gen Z-Befragten würden keine Versicherung abschließen, wenn die dazugehörigen digitalen Services, z. B. in der App oder im Online-Portal, keine gute Nutzungserfahrung bieten.

Dies ergab eine gemeinsame Studie von IBM iX und den Versicherungsforen Leipzig.

Gerade bei Krankenversicherungen muss das digitale Angebot für alle Akteur*innen passen und für Patient*innen, Versicherungen und Ärzt*innen leicht zugänglich sein: Online-Sprechstunden, Messung von Gesundheitsdaten und Therapiegestaltung und -begleitung, zum Beispiel per App.

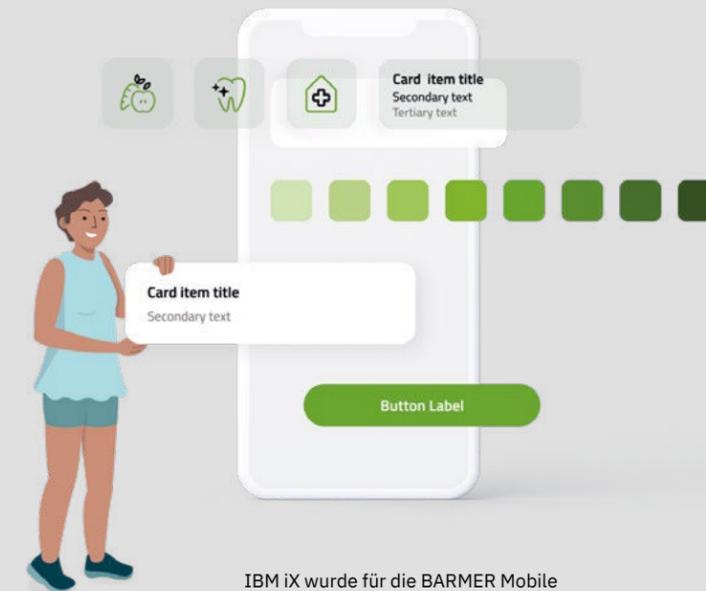
BARMER – mit Sicherheit eine neue Experience

Um ihren Versicherten das Gesundheitsmanagement noch einfacher zu machen, hat die BARMER ihre digitale Experience rundum neu aufgestellt.

Ein neues Design System ermöglicht ein einheitliches Erlebnis über alle BARMER-Services und -Produkte hinweg. Als zentrale digitale Touchpoints wurden sowohl die eCare als auch die BARMER-App von Grund auf neu gestaltet.

Die Apps bieten echtes Gesundheitsmanagement von überall: Anträge online ausfüllen, Impftermine organisieren oder auch Untersuchungen einfach planen. Darüber hinaus motivieren sie zu einem gesunden Lebensstil und sparen Zeit und Aufwand.

[Unsere Lösungen und Kontakte für die Versicherungsbranche](#)



IBM iX wurde für die BARMER Mobile Experience mehrfach ausgezeichnet, u. a. mit dem Deutschen Digital Award sowie dem Red Dot Design Award.



Accelerated Development

App Modernization

Governance Model

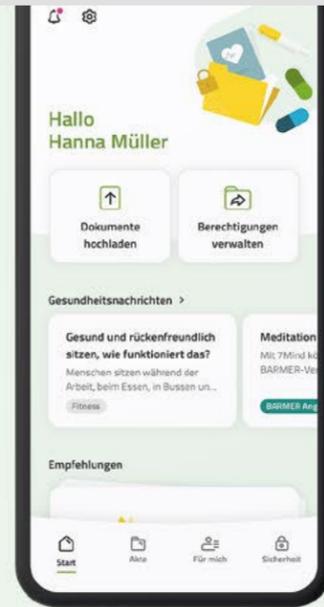
Coding Conventions

Accessible Components

Design Guidelines



BARMER - App



BARMER eCare



BARMER ID



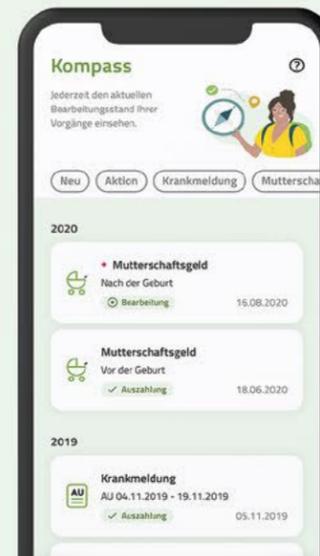
Gesundheitsmanager



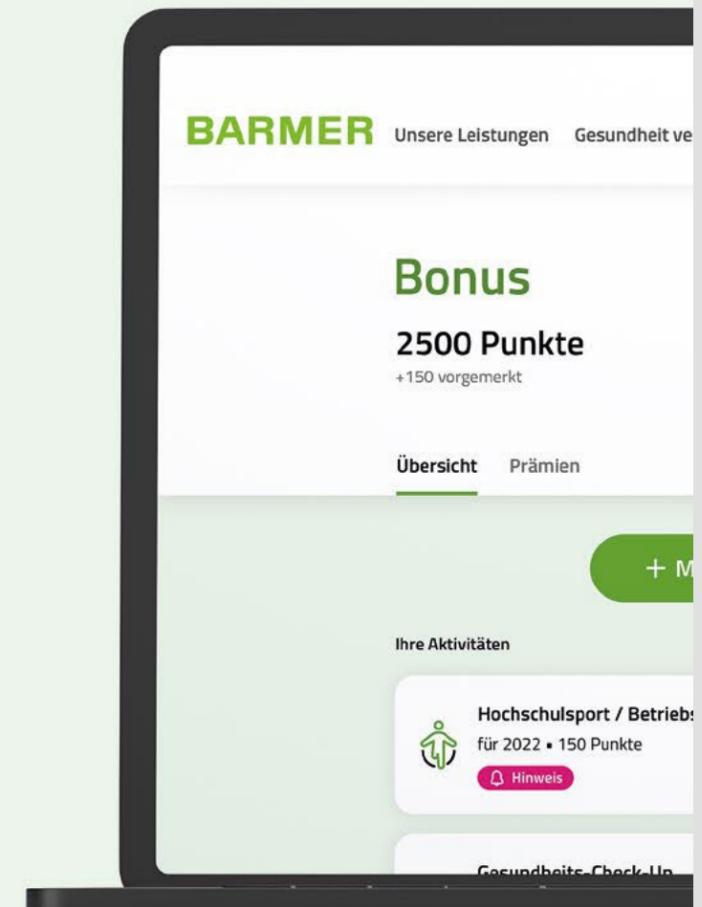
Postfach



Bonus Programm



Kompass



Meine BARMER Services

DESIGN SYSTEM

Mit wiederverwendbaren Design- und Code-Komponenten spart ein Design System Zeit und Aufwand und stellt eine einheitliche Experience über alle digitalen Touchpoints sicher. Bei IBM iX entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen für unsere Kunden oder arbeiten auf Basis des IBM Carbon Design Systems.

Das BARMER Design System reduziert den Designaufwand um

60 %

und Entwicklungsaufwände im Frontend um

43 %

Finance for Future. Wie geht Banking in Zukunft?

Sie sollen präsent und nahbar sein. Ein digitales Banking-Erlebnis in Metaverse und Web3 schaffen. Dabei einem hohen Wettbewerbs-, Kosten- und Innovationsdruck standhalten. Um nur einige Anforderungen zu nennen.

Wir kennen die Herausforderungen, vor denen Banken heute stehen. Denn neben unseren Tech- und Digital-Skills bringen wir als Branchen-Expert*innen ein tiefes Verständnis für den Finanzsektor mit.

Mit dem Wissen darum, was Finanzsektor und Nutzende bewegt, unterstützen wir in den Bereichen Design,

Technologie und Marketing bei der Entwicklung digitaler Banking-Produkte, die Mitarbeitende und Kund*innen gleichermaßen begeistern.

Der digitale Wandel macht es möglich, bei Produkten und Services die Nutzenden von Anfang an in den Mittelpunkt zu stellen. Wir begreifen Digitalisierung für Sie als Chance.

Nächster
Halt:
Metaverse.
Auch im
Banking?



Was bedeutet das Metaverse für Banken?

Die kommende Generation ist die erste virtuelle Generation, aber auch die Generation mit der geringsten finanziellen Grundbildung bis dato. Banken werden eine Metaverse-Präsenz benötigen, um in Kontakt zu treten oder zu bleiben. Jedes Metaverse setzt sich aus einer Reihe von Technologien zusammen, u. a. Spatial Computing, Web3, VR, KI etc. Das Metaverse kann aber nicht rein technologisch erklärt werden – ebenso wenig wie man TikTok über technische Features erklären kann. Vielmehr geht es um ein kulturelles Phänomen. Studien zeigen, dass schon jetzt Kinder und Jugendliche mehr Zeit auf der Online-Gaming-Plattform Roblox als auf TikTok verbringen.

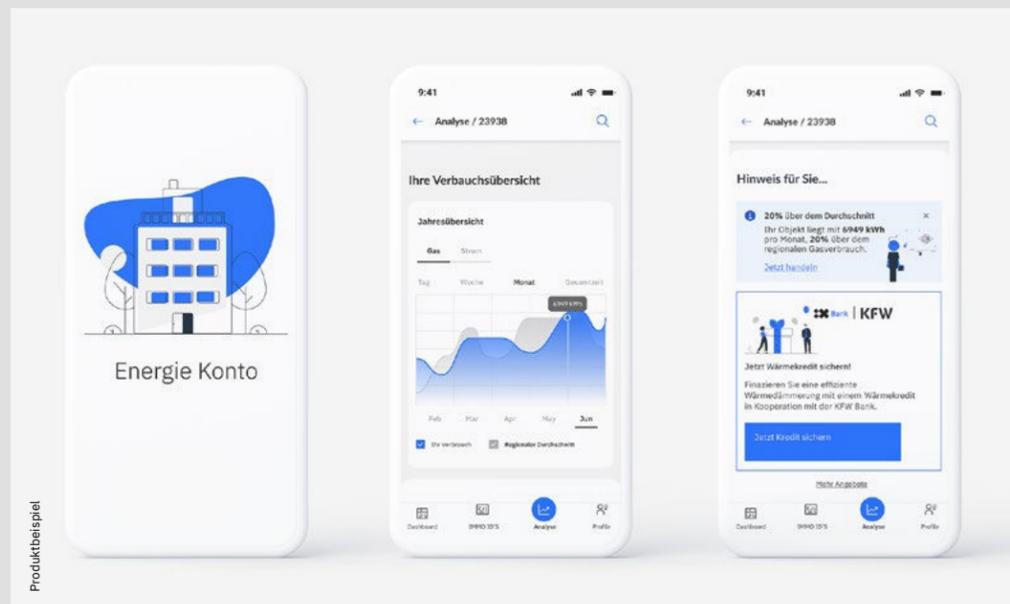
Welche Anwendungsfälle sind im Banking möglich?

Die spannendsten Anwendungen werden Infotainment-Angebote über neue Finanzprodukte und andere relevante Themen sein. Dazu kommen virtuelle Events wie Konferenzen oder Konzerte, um Kundenbindungen zu stärken und die Markenwahrnehmung zu steigern. Aber auch interne Trainings für Mitarbeitende, etwa zum Verhalten im Ernstfall, oder das Wissensmanagement, sind Beispiele für Banking und Metaverse.

Wie fängt man am besten an?

Am wichtigsten ist es, zu Beginn die Erfolgsfaktoren für das Institut festzulegen: Wie möchten wir uns positionieren? Wer ist unsere Zielgruppe und auf welcher Plattform treffe ich diese an? Die Metaverse-Initiative sollte ein integraler Bestandteil der langfristigen Marken- und Kundenstrategie sein, um ihren vollen Effekt zu entfalten.

Laura Schulze-Brockhausen
Senior Client Partner Banking IBM iX



Nachhaltigkeit ist für Kund*innen bereits heute ein wesentliches Entscheidungskriterium für den Produktabschluss. Häufig ist die konkrete Übersetzung in das Leistungsangebot der Bank jedoch schwierig. Dabei können wir unterstützen: Von der ersten Produktidee bis zur Umsetzung. Zum Beispiel bei der Finanzierung für die energetische Gebäudesanierung oder einem nachhaltigen Ratenkredit.

 [Unsere Lösungen und Kontakte für Banking & Financial Services](#)

„Ob es um nachhaltige Finanzprodukte wie grüne Anlagen oder Finanzierung energetischer Immobilienanierungen geht, oder um das Banking für die nächste Generation und neue Wertschöpfungsmöglichkeiten, die sich durch Metaverse und Web3 eröffnen: Digitale Transformation und Innovation gleichzeitig anzugehen, stellt Banken und Finanzdienstleister vor Herausforderungen. Deshalb begleiten wir als Partner ganzheitlich und bringen bankfachliche Anforderungen mit technologischen Möglichkeiten zusammen, um differenzierte Banking-Angebote umzusetzen, die Kund*innen begeistern.“

Avni Ilker Uzkan, Banking Lead IBM iX

Shopping – ein rundum gutes Erlebnis?

Eine der großen Herausforderungen der Retail-Branche heißt: Omnichannel. Überall für gute Shopping-Erlebnisse sorgen, neue Wege beschreiten und das am besten in Einklang mit dem Nachhaltigkeitsbewusstsein der Konsumierenden.

Wird der Handel grün, bunt, rein digital oder einfach überall sein?

Wie entwickeln Einzelhändler das Käuferlebnis weiter?

Sie nutzen verstärkt Technologien und insbesondere Daten, um nahtlose und kanalübergreifende Einkaufserlebnisse anzubieten. Vertriebskanäle werden integriert, verschiedene Lieferoptionen angeboten, Erlebnisse und Content mithilfe von Data Analytics personalisiert und Social Media für das direkte Shopping genutzt. Der Schwerpunkt liegt auf Komfort, Flexibilität und hyper-personalisierten Experiences.

Welche digitalen Innovationen und Trends werden die Retail-Branche in den kommenden Jahren maßgeblich mitgestalten?

Es gibt mehrere Trends, die sich auf die Branche auswirken werden: Augmented und Virtual Reality werden die Product Discovery und das Vertrauen in der frühesten Phase eines Kaufs verbessern. Das Metaverse bietet das Versprechen eines „Retail everywhere“. Marken und Einzelhändler*innen können Augmented Experiences, immersive Erlebnisse, Co-Creation und Innovation nutzen, um Kund*innen zu begeistern und zu unterhalten.

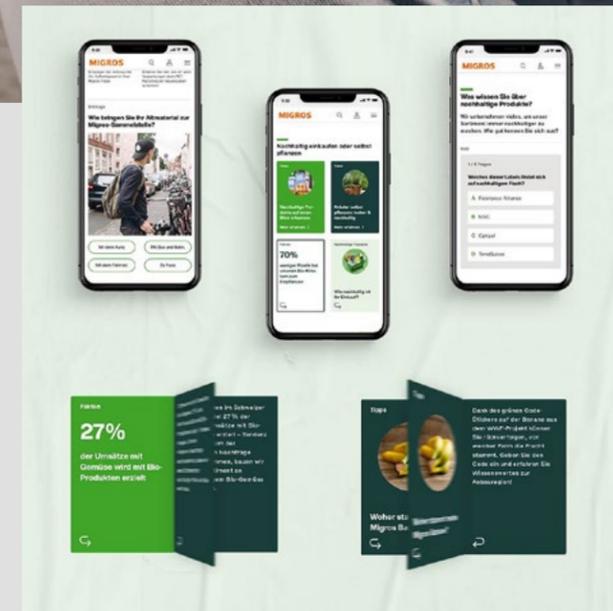
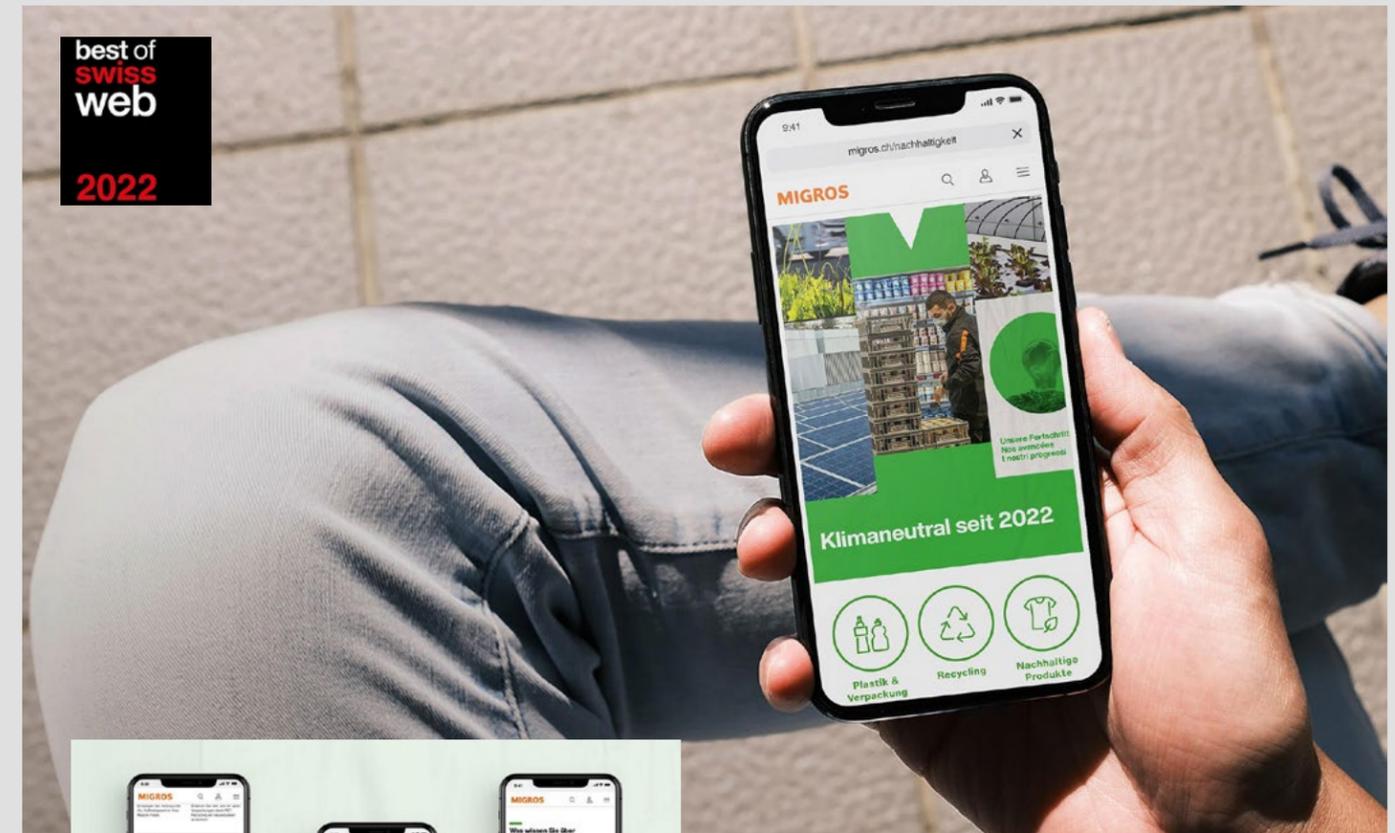
Einzelhändler*innen werden diese Trends für sich übernehmen müssen, um die Customer Experience zu optimieren, die betriebliche Effizienz zu steigern und in einer zunehmend digitalen Welt wettbewerbsfähig zu bleiben.

Was sind die wichtigsten Merkmale einer starken E-Commerce Plattform?

In der sich schnell entwickelnden E-Commerce-Landschaft von heute müssen Unternehmen agil und innovativ sein, um die weiter steigenden Ansprüche erfüllen zu können. Einzelne Funktionen sind zwar wichtig, aber was erfolgreiche E-Commerce-Plattformen wirklich auszeichnet, ist die Fähigkeit, eine MACH- und Composable-Architektur einzusetzen. Dieser Ansatz bietet die nötige Flexibilität und Skalierbarkeit, um maßgeschneiderte und innovative E-Commerce-Experiences zu schaffen und ermöglicht es Unternehmen gleichzeitig, der Zeit voraus zu sein und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Dennis Looks
Head of Digital Strategy Consulting IBM iX

 Unsere Lösungen und Kontakte für Retail & Consumer Goods



Migros – Schaffe Gutes und rede darüber.

Der Retailer Migros spielt im Leben der Schweizer*innen eine wichtige Rolle, und ist so viel mehr als ein Supermarkt. Auch mit ihrem digitalen Angebot, der Website, dem Treueprogramm, möchte die Migros immer nah an ihren Kund*innen sein – an deren Alltag und den relevanten, großen Themen. In Sachen Nachhaltigkeit beweist die Migros schon lange Haltung, erreicht immer wieder Top-Positionen in diesbezüglichen Ratings. Auf ihrem Nachhaltigkeitshub macht die Migros ihr Engagement sichtbar und motiviert mit praktischen Tipps zum Mitmachen. IBM iX ist Partner für Konzept, Kreation und Umsetzung.

„Nachhaltigkeit ist schon lange kein Nice-to-have mehr und gehört seit jeher fest zur Kultur der Migros. Der Traffic zu den Nachhaltigkeitsthemen konnte in den ersten Wochen seit Go-live des neuen Nachhaltigkeitshubs verdoppelt werden. Dies zeigt uns, dass Nutzer*innen genau das finden, was sie interessiert und wir mit unseren Themen einen Nerv treffen.“

Philipp Bühler, Senior Product Owner Digital Platforms bei Migros-Genossenschafts-Bund

Stärkt Digitalisierung das Vertrauen in den Staat?

Denken wir die digitale Veränderung des öffentlichen Sektors mal als Designer*innen: Nur die beste Experience wird dem Anspruch eines modernen Staats wirklich gerecht. Deswegen steht der Mensch im Zentrum unseres Denkens und Handelns – als Bürger*in und als Verwaltungsmitarbeitende*r.

Wird die beste Experience überbewertet? Oder ist gerade sie der Schlüssel?

Wie lässt sich die notwendige Transformation des öffentlichen Sektors schnell und nachhaltig ermöglichen?

Unsere Arbeitsweise der „IBM Garage“ hat sich im öffentlichen Sektor verdient gemacht. Sie beschreibt sowohl physische Orte, an denen Innovationen facilitiert und erlebt werden können, als auch ein erprobtes und risikominimierendes Vorgehensmodell zur digitalen Transformation. Dabei bringen wir Menschen zusammen, mit denen und für die wir Digitalisierungsprojekte realisieren wollen – und lassen sie das ergebnisorientierte Vorgehen live erleben.

Welche typischen Problemstellungen werden damit gelöst?

Die Prozess-Garage ist unser aktueller Best Case für die Verwaltungsdigitalisierung: Komplexe Prozesse werden hier gemeinsam mit den Anwendenden neu gestaltet, digitalisiert und automatisiert – während wir den Change aktiv begleiten. Ein anderes Beispiel ist das Thema Open Data: Über erprobte und kreative Methoden erarbeiten wir hier, welche Erkenntnisse diese Daten z. B. für Verwaltungsentscheidungen liefern können. Mit der damit geschaffenen Transparenz lässt sich ein neues Vertrauen in Regierungs- und Verwaltungshandeln etablieren.

Wie wird die Transformation dabei konkret ermöglicht?

In unseren Innovationsprozessen und mit dem Einsatz von Methoden aus dem Design Thinking involvieren wir die Beteiligten von Beginn an. Damit stellen wir sicher, dass die bestmögliche Experience im Fokus steht. Im Ergebnis entstehen so äußerst moderne Services für Bürger*innen und Organisationen. Gemeinsam mit unseren IBM IT-Expert*innen schaffen wir MVPs, die schnell in den Betrieb übergehen können, so dass wir aus ihrer Nutzung lernen – und sie schließlich fortlaufend verbessern.

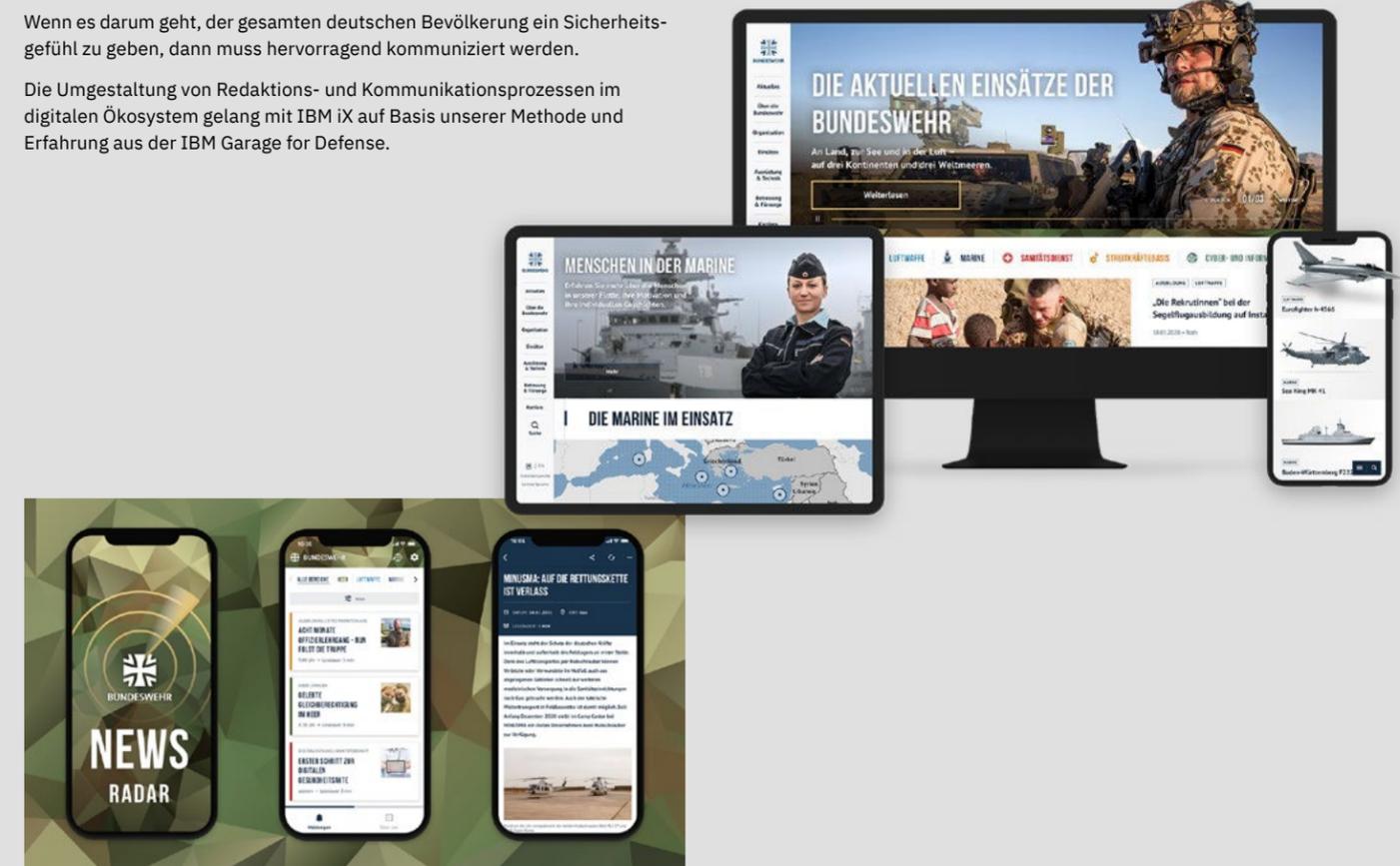
Dominik Multhaupt
Executive Director Public Sector IBM iX

 [Unsere Lösungen und Kontakte für den Public & Defense Sektor](#)

BMVg und Bundeswehr

Wenn es darum geht, der gesamten deutschen Bevölkerung ein Sicherheitsgefühl zu geben, dann muss hervorragend kommuniziert werden.

Die Umgestaltung von Redaktions- und Kommunikationsprozessen im digitalen Ökosystem gelang mit IBM iX auf Basis unserer Methode und Erfahrung aus der IBM Garage for Defense.



Die Garage for Defense

Mit der IBM Garage for Defense haben wir ein spezifisches Vorgehensmodell für den Sicherheits- und Verteidigungssektor entwickelt, um den Herausforderungen des digitalen Wandels zu begegnen. Dabei stehen zwei Dinge im Vordergrund: Unsere Nutzer*innen und eine schnelle, risikominimale Entwicklung.

Iteratives Vorgehen und frühzeitiges Testen schaffen innovative Lösungen, die dann skaliert werden können. Jedes Projekt in der IBM Garage for Defense trägt zu einer erfolgreichen digitalen Transformation bei.



Mobilität aufs nächste Level bringen? Läuft.

Automobilbranche und Mobilität – kaum ein anderer Bereich, in dem sich so viel verändert und verändern muss. Grüner, nachhaltiger, digitaler soll alles werden. Wir arbeiten dran.

Alles elektrisch, alles von allein, alles ganz anders? Autos und Autofahren der Zukunft.

Was beschäftigt Automobil-Kund*innen derzeit?

Die großen Themen sind Elektrifizierung und autonomes Fahren. Bei IBM iX arbeiten wir mit unseren Kund*innen an Connectivity Services und der Implementierung von neuen Besitz- und Mobilitätsmodellen wie Shared Mobility und Autoabos. Mittlerweile geht es auch immer mehr um Nachhaltigkeit und ein ganz neues, großes Thema: Das Software-defined Vehicle.

Was kann das Auto der Zukunft und warum ist die Veränderung so bedeutend?

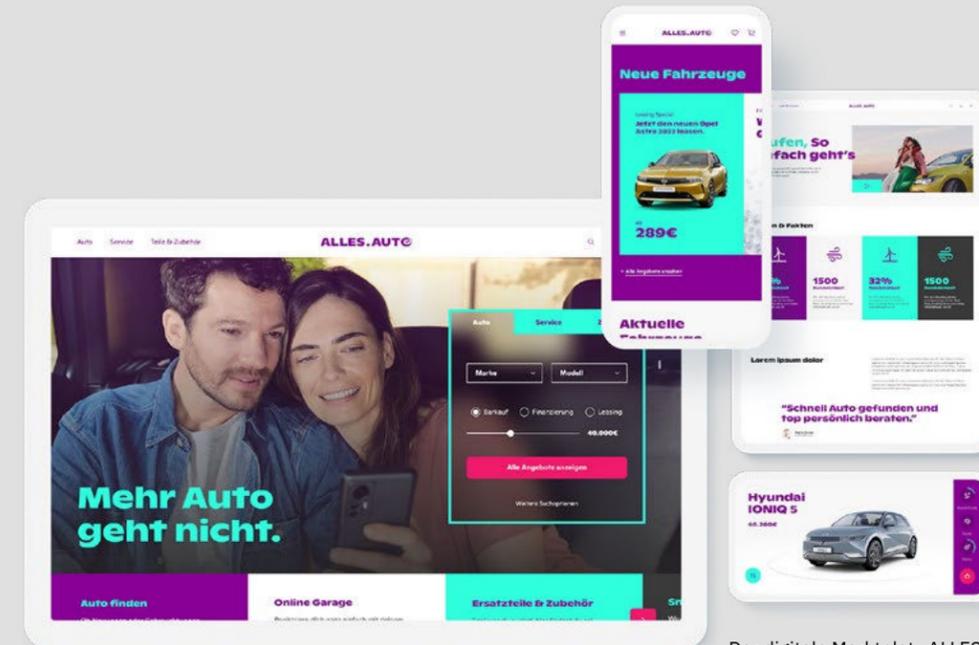
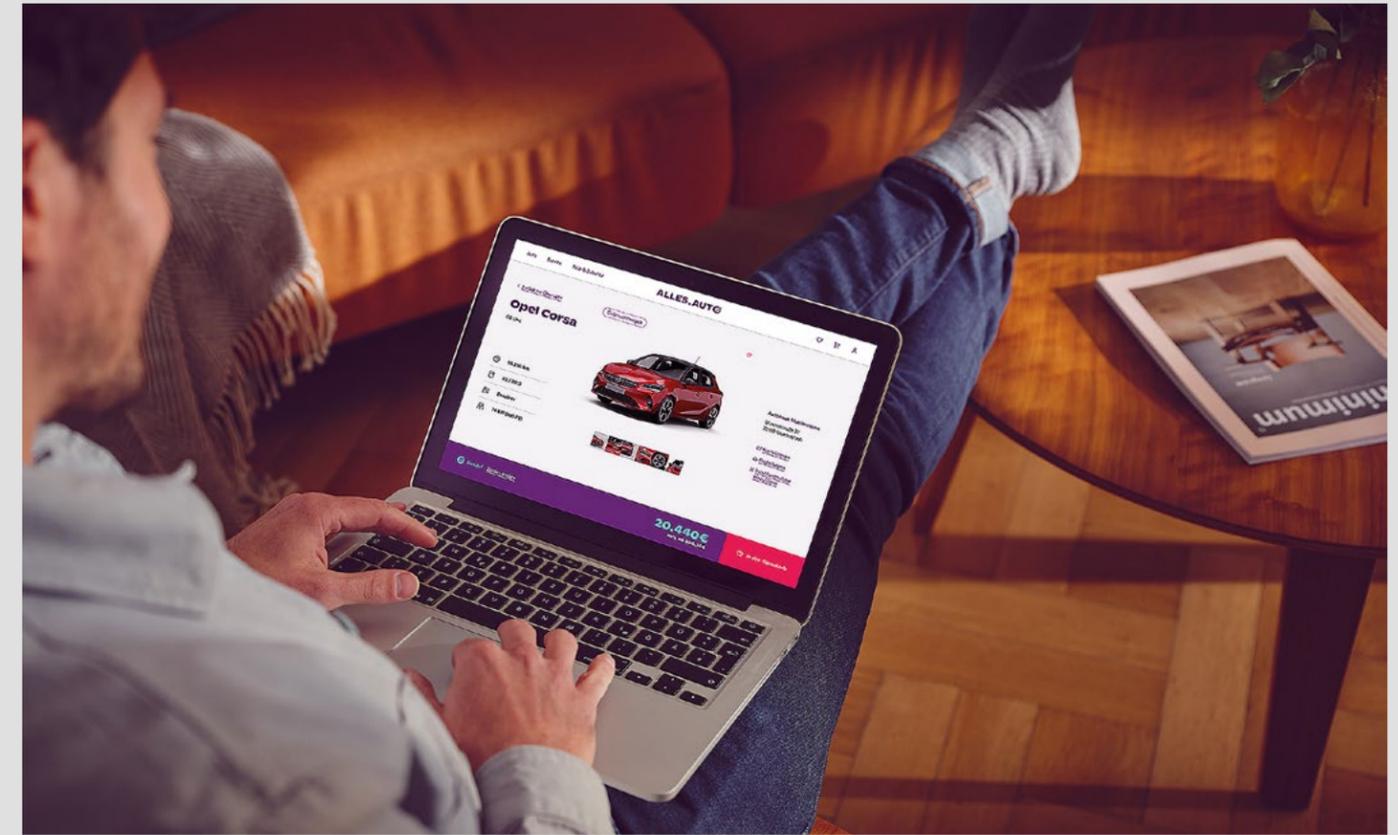
Das Software-defined Vehicle beschreibt die Entwicklung weg vom Auto als Ingenieursprodukt, hin zu einem Software-Produkt. Funktionen wie das Beschleunigen, Bremsen oder Lenken werden dann nicht mehr durch traditionelle mechanische Systeme angetrieben, sondern durch neue – relativ komplexe – Vehicle Software. Meines Ermessens steht die Automobilindustrie damit am Anfang einer neuen industriellen Revolution, vergleichbar mit dem Sprung vom Telefon zum Smartphone. Für Autofahrende bedeutet das mehr Personalisierung und Komfort durch individuelle Features, einfachere Wartung durch Over-the-Air Updates und Predictive Maintenance, mehr Sicherheit und Effizienz durch optimierte Routen, weniger Stau und reduzierten Kraftstoffverbrauch. Wenn man das Ganze weiterdenkt, wird das Auto irgendwann

Teil eines vernetzten Ökosystems im Internet der Dinge (IoT) – wie auch Smart Homes oder Wearables.

Vor welchen Herausforderungen steht die Branche, vor allem bezogen auf Software-defined Vehicles?

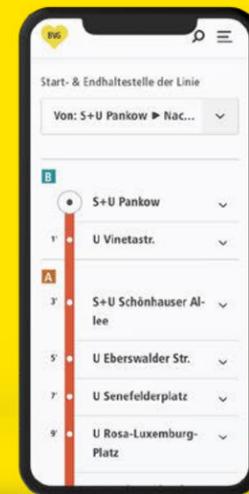
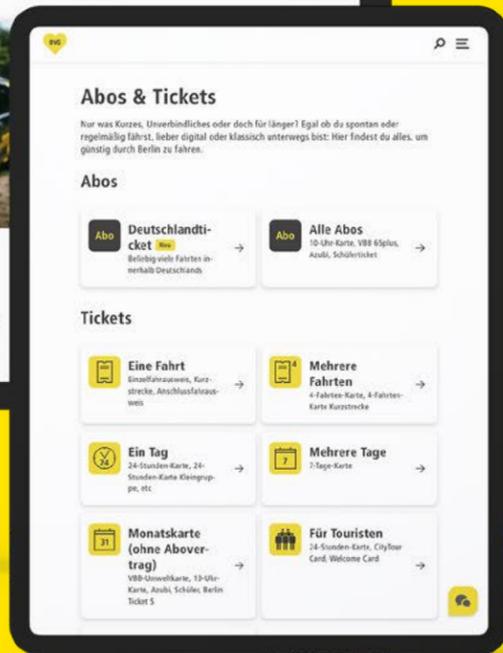
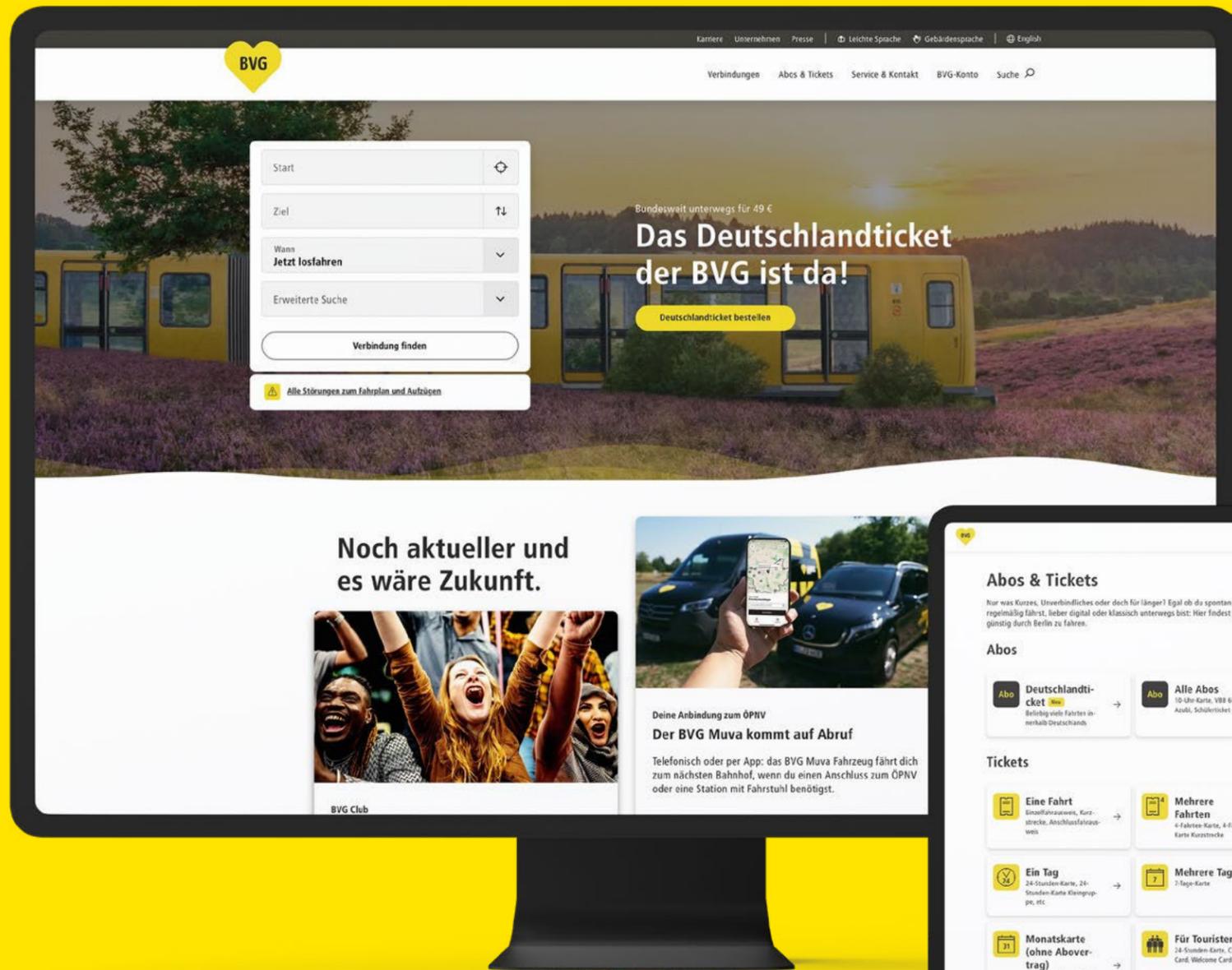
Die Automobilbranche hinkt hier extrem hinterher, besonders im Vergleich mit Tesla, Google und Co. Das liegt hauptsächlich daran, dass die Branche für die Umsetzung eines Software-defined Vehicle einen extremen Kulturwandel hinlegen muss. Es werden andere Skills und Arbeitsweisen benötigt, die Hersteller*innen müssen sich öffnen für Kollaboration, neue Partner*innen und neue Business Modelle. Die Automobilbranche hat eine komplexe Legacy, viele tradierte Prozesse und – seien wir ehrlich – extrem viel Stolz und große Egos. All dies gilt es überwinden und sich mutig in diese neue Ära zu begeben.

Stefanie Eibl
Associate Director Digital Strategy IBM iX



Kauf, Verkauf, Zubehör, Werkstatt: Alles einfach digital. ALLES.AUTO

Der digitale Marktplatz ALLES.AUTO eröffnet neue Möglichkeiten für Endkund*innen und den Autohandel: Auf der Plattform finden sie ein ganzheitliches Angebot rund um den Autokauf und -verkauf sowie die Suche nach passendem Zubehör, Werkstatt-Terminen und weiteren Services. Hier werden alle Dienstleistungen des stationären Autohandels in die digitale Welt transportiert und an einem zentralen Ort gebündelt. IBM iX war der Partner für die Markenentwicklung, das Branding sowie die Customer Experience der neuen ALLES.AUTO Plattform.



BVG – Innovation meets Design

Damit mehr Berliner*innen vom motorisierten Individualverkehr auf effiziente, grüne Mobilität umsteigen, haben wir für die Berliner Verkehrsbetriebe eine Webplattform gebaut, auf der alles zusammenläuft.

Das Team aus IBM iX- und BVG-Mitarbeitenden ist in der Organisation als Innovationsteam bekannt: Mit unserem Vorgehen sind wir Vorreiter*innen für exzellentes Design innerhalb der BVG. Wir operationalisieren Strategie, decken Problemstellungen auf, entwickeln Lösungsansätze und setzen diese um. In jedem dieser Schritte stellen wir die Nutzer*innen in den Mittelpunkt.



Mehr zu unserer designbasierten Arbeitsweise

Wie machen wir den Weg wirklich zum Ziel?

Technologische Trends gibt es viele, für jede Branche. Auf die passenden zu setzen, das Potenzial auszuloten und Lösungen zu entwickeln, die die Nutzenden lieben – wenn uns das gelingt, sind wir auf dem richtigen Weg und am Ziel.

Mehr Individualität, mehr Daten, mehr Mobilität – wie steht's um die Reisebranche?

Was treibt die Travel-Industry post Corona um?

Inzwischen wird wieder gereist. Die Reisebranche, wie auch andere, steht post Corona allerdings vor der Herausforderung des Personalmangels: Viele Beschäftigte haben sich in Pandemie-Zeiten hin zu anderen Bereichen orientiert. Als Folge sind Arbeitsabläufe beeinträchtigt, die Customer Experience leidet. Will die Branche als Arbeitgeberin punkten, steigen die Kosten für Endverbraucher*innen. Es braucht also Lösungen, die einerseits das Kundenmanagement, andererseits auch operative Prozesse durch Digitalisierung vereinfachen, beschleunigen und auch automatisieren.

Sind Menschen heute anders unterwegs als noch vor 3 Jahren?

Sicherheit wird ganz groß geschrieben. Niemand möchte fernab der Heimat stranden, sei es im Urlaub oder geschäftlich. Reisende achten zunehmend darauf, abgesichert zu sein und mit etablierten Anbietern zu reisen. Vertrauen und somit auch Marken spielen wieder eine Rolle bei der Auswahl. Außerdem hat das Thema Nachhaltigkeit stark an Bedeutung gewonnen und führt zu einer Veränderung des Reiseverhaltens hinsichtlich Destination und Transportmittel. Die Möglichkeit der CO2-Kompensation sollte daher mitgedacht und angeboten werden.

Welche Chancen eröffnet das digitale und mobile Verhalten der Menschen?

Jeder und jede ist der eigene Travel Guide. Durch den permanenten, direkten Zugriff auf alle relevanten Reiseinformationen haben Reisende die Möglichkeit, Erlebnisse frei und sehr dynamisch zu gestalten. Das bedeutet viele neue Anforderungen an die Buchung, Änderung oder Stornierung. Reiseunternehmen müssen viele Informationen und Dienste aber erst noch digital verfügbar machen. Geschieht das, eröffnet sich den Anbietern ein enormes Potenzial. Die Interaktionen der Reisenden an allen Touch Points lassen sich auf „Customer Data Platforms“ zusammenfassen und liefern wertvolle Erkenntnisse.

Welche Rolle spielen Personalisierung und KI für die Reisebranche?

Reisen wird immer individueller. Mit Hilfe von Personalisierung können Anbieter ihre Kund*innen besser verstehen und ihnen entsprechende Angebote unterbreiten. Hier kommt generative KI ins Spiel. Durch sie kann eine neue Ebene der Personalisierung erreicht werden. Die Übernahme und Beschleunigung von operativen Prozessen, intelligenten Suchen und eine hyperpersonalisierte Ansprache „at scale“ haben das Potenzial, die Branche grundlegend zu verändern und zusätzliche Umsätze zu generieren.

Tristan Reckhaus
Executive Director, Travel & Transport Lead IBM iX

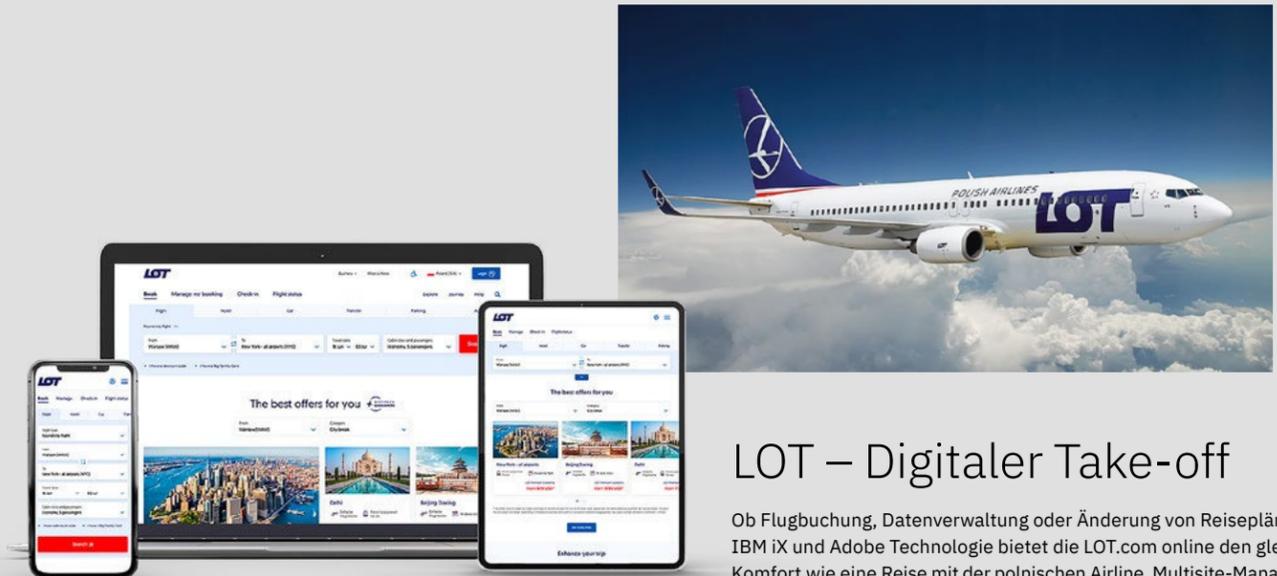


Lufthansa – Mit Echtzeitdaten mobil

Flugverspätungen möchte sich niemand leisten müssen. Passagiere genauso wenig wie Fluggesellschaften. Die Lufthansa hat mit IBM iX einen Weg gefunden, wie Daten in Echtzeit an die Flugmanager*innen übermittelt werden können. Relevante Prozessinformationen laufen in einer App zusammen, sind immer aktuell und stehen allen direkt zur Verfügung. So reduziert die mobile Lösung Fehler, spart Zeit, Nerven und Geld.

„Die Flight Manager*innen lieben die App; endlich müssen sie keine Listen mehr herumtragen, acht Stunden am Tag am Telefon sein, um Leute zu lokalisieren und einen PC irgendwo im Terminal zu finden, um nach Daten zu suchen.“

Tobias Heep, Projektleiter für App-Entwicklung, Lufthansa



LOT – Digitaler Take-off

Ob Flugbuchung, Datenverwaltung oder Änderung von Reiseplänen: Mit IBM iX und Adobe Technologie bietet die LOT.com online den gleichen Komfort wie eine Reise mit der polnischen Airline. Multisite-Management-Funktionen ermöglichen die Erstellung, Pflege und das individuelle Auspielen von Inhalten für mehr als 50 Märkte in 12 verschiedenen Sprachen.

Fließt genug Energie in nachhaltige Energie?

Die kommenden Jahre sind entscheidend im Kampf gegen die Klimakrise. Wir müssen gemeinsam daran arbeiten, die schlimmsten Konsequenzen des Klimawandels abzuwenden. Die Energiewende ist dabei eine der Kernaufgaben.



Fortum – Die Energiewende designen

Transformation durch Design herbeiführen? Geht! Das finnische Energieunternehmen Fortum wollte nicht weniger als Lösungen finden, die die Welt verbessern. In diesem Fall ging es um grüne Mobilität und die Frage, was Fortum beitragen kann, um erneuerbare Energien effektiv für Elektromobilität einzusetzen.

Dafür haben wir Fortum in unsere IBM Garage mitgenommen – ein bewährtes Framework, in dem es gelingt, Menschen, Prozesse und Technologien zusammenzubringen. Designer*innen mit den Schwerpunkten Business-, UX- und Frontend-Design, unterstützt von Kolleg*innen aus Research und Strategie haben durch hypothesenbasiertes, iteratives Arbeiten in sehr kurzer Zeit eine tragfähige Lösung entwickelt.

Die einfache Platzierung einer zusätzlichen Batterie neben den Ladepunkten würde eine 100% grüne Mobilität in großem Umfang ermöglichen und kann das Stromnetz stabil erhalten, während gleichzeitig das Servicelevel von Ladestationsbetreibern und Flottenbesitzern steigt.



Grid Care – Digitaler Werkzeugkasten für Energieversorgungsunternehmen



Dass Digitalisierung bei Mitarbeitenden durchaus Begeisterung auslösen kann, beweist die Westnetz GmbH mit ihrem „digitalen Werkzeugkasten“ für Netzmonteur. Westnetz ist Teil des E.ON-Konzerns und das größte Unternehmen für Energieinfrastruktur in Deutschland. Da keines der am Markt verfügbaren Standardprodukte passte, hat sich Westnetz bewusst für eine maßgeschneiderte Individuallösung auf Basis von iOS entschieden – die mobile App „Grid Care“.

Den Netzmonteur*innen steht in der App alles Werkzeug für die tägliche Arbeit zur Verfügung: Auftrags- und Anlagendaten, Kartenmaterial aus dem geographischen Informationssystem (GIS) sowie unterstützende Dokumente für eine effiziente und sichere Ausführung von Aufträgen wie Schaltpläne und Wartungshandbücher.

„Dank Grid Care und begleitenden prozessualen Verbesserungen konnten wir die Produktivität im Außendienst noch einmal deutlich steigern. Durch verbesserte Effizienz bei Auftragsplanung und -ausführung sowie bei administrativen Aufgaben gewinnen unsere Monteur*innen täglich bis zu 60 Minuten an produktiver Zeit.“

Benjamin Jambor, Director Regional Technology Grids and Productmanagement bei Westnetz

„Energieunternehmen müssen sich neu erfinden, um in der digitalen Zukunft zu wachsen. Leicht gesagt, aber: Wie organisiert man Innovation nachhaltig und welche Investitionen lohnen sich? Die IBM Garage beantwortet diese Fragen, indem sie Agilität und User-Zentrierung stets in messbarem Businesswert verankert.“

Sebastian Schlage, Associate Director Digital Strategy IBM iX



Unsere Lösungen
und Kontakte
für die Energiebranche

Das Fundament muss tragen. Wie machen wir es digital?

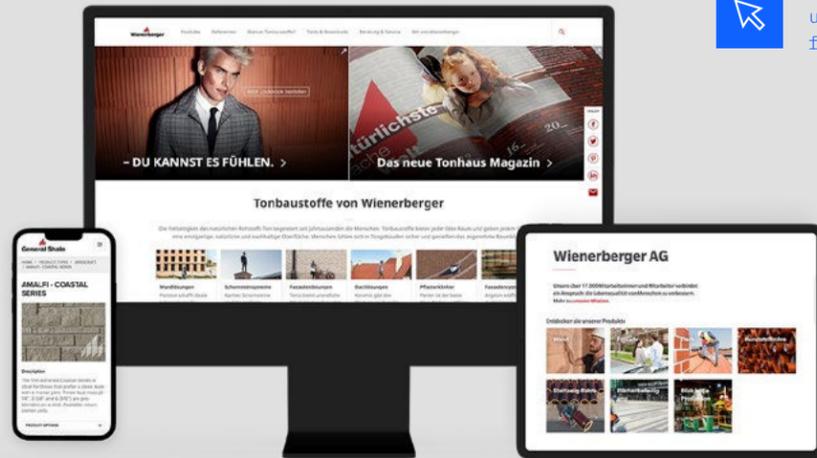
In der produzierenden Industrie, in der zahlreiche Akteur*innen in Lieferkette und Produktion zusammenspielen, ist effiziente Kommunikation und Organisation gefragt. Die Digitalisierung von Abläufen, Geschäftsmodellen und Datenübermittlungen ist in vollem Gange.

Industriebetriebe und Handwerk bekommen den Fachkräftemangel zu spüren. Gleichzeitig steigen die Erwartungen der Menschen: Unternehmen, Produktinformationen und Services sollen lückenlos online abrufbar sein. Bei Angebot und Bestellung spielt die Experience eine zunehmend große Rolle, der Einkauf soll auf

verschiedenen Kanälen möglich sein. Die Dynamiken „Digitalisierung“ und „Self Service“ sind in der Branche entscheidend, der Wandel dahin will eng begleitet und transparent kommuniziert werden. IBM iX ist für Wienerberger und DOKA aktiv, um die Digitalisierung der Baustoffbranche voran zu treiben.



Unsere Lösungen
und Kontakte
für die Baubranche



„Mit der neuen digitalen Plattform rücken wir näher an unsere Kund*innen heran, inspirieren sie, arbeiten zusammen und schaffen gemeinsam Innovationen. Die Plattform bietet Möglichkeiten für innovative und zukunftsorientierte Prozesse und Dienstleistungen, erschließt neue Geschäftsfelder und verändert unser Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.“

Heimo Scheuch, CEO der Wienerberger AG

Die Digitalisierung muss Einzug halten in Vertrieb, Marketing und Services

Wie weit ist die Industriebranche in Sachen digitale Transformation?

Der Reifegrad ist je nach Sub-Branche höchst unterschiedlich. Auf der einen Seite beobachten wir, dass beinahe die Hälfte aller Unternehmen nicht über Technologien zur Digitalisierung des Marketings, Vertriebs oder Services verfügen. Hier sprechen wir häufig über grundlegende Themen der Digitalisierung, wie etwa Self-Services, Vertriebsautomatisierung und Datenstrategien. Auf der anderen Seite experimentieren Unternehmen mit gänzlich neuen, digitalen Geschäftsmodellen und treiben die Weiterentwicklung von bereits transformierten Prozessen voran.

Welche Themen und Herausforderungen beschäftigen Kund*innen der Branche aktuell und werden auch noch in Zukunft relevant sein?

Nach dem Preisanstieg in den vergangenen Monaten haben sich die Rohstoffpreise auf einem höheren Niveau eingependelt – teilweise fallen diese wieder, wodurch Unternehmen rückblickend zu teuer eingekauft haben. Die durch Corona und Ukrainekrieg bedingten Lieferkettenprobleme haben Unternehmen noch einmal mehr für die Verletzlichkeit ihrer Wertschöpfung sensibilisiert. Die Realisierung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen wird stärker vorangetrieben, allerdings ist das Grundniveau noch nicht hoch. Darüber hinaus ist vor allem der Fachkräftemangel ein zentrales Thema für die Industrie – und natürlich die Digitalisierung. Es gibt viel zu tun.

Was ist dein Rat an Industrieunternehmen, die der Digitalisierung kritisch gegenüberstehen?

Es ist wichtig, Digitalisierung als Schlüssel für die Bewältigung der Herausforderungen auf etlichen Ebenen zu verstehen. Durch die digitale Transformation, etwa im Vertrieb, können manuelle Arbeitsabläufe wie die Angebotserstellung automatisiert werden und anspruchsvollere Kundenbedürfnisse durch Self-Services effizienter bedient werden. Das spart Arbeitszeit und Kosten, erhöht die Zufriedenheit von Mitarbeitenden und Kund*innen und schafft die Möglichkeit, einen für nachrückende Fachkräfte attraktiveren Arbeitsplatz zu schaffen.

Max Anger

Head of Digital Strategy Consulting IBM iX



Schon mal erlebt,
dass die Ideen
den Herausforderungen
voraus sind?





Wir entwickeln digitale Produkte, Services und ganzheitliche Erlebnisse, die Menschen verbinden und Mehrwerte erzeugen.

Digitale Transformation aus einer Hand

IBM iX ist Consultancy, Digitalagentur, Design-Studio und Tech-Company in einem.

Unsere Teams begleiten Menschen, Marken und Organisationen agil und partnerschaftlich: von Analyse und Idee über Business-Case, Design-Vision und MVP-Entwicklung bis zu Roll-Out und Operations.



Holistisch, nachhaltig, nutzer-zentriert. Wenn für Menschen positive Interaktionen und echte Mehrwerte entstehen, dann sind wir gemeinsam auf dem richtigen Weg.



Wir beraten

Strategische Beratung mit tiefer Technologie- und Branchenexpertise

Digital Business Consulting

Digital Advisory

Research, Insights & Assessment
Data & Analytics
Marketing, Commerce & CRM Strategy
Platform Architecture
Digital Ventures & Innovation
Digital Portfolio Management
Business Case & Modelling

Customer Experience Strategy

Experience Consulting
Omni-Channel Strategies
Experience Ecosystems
Marketing Automation & AI



Wir designen

Experience Design und Kommunikation mit Impact

Experience Design & Communications

Experience Design

Experience Design Strategy
Enterprise Design Thinking
Customer Journey & Service Design
UX/UI Design
User Research & Testing
Design Systems, DesignOps

Brand & Communications

Brand Strategies & Brand Design
Communication & Marketing Campaigns
Content Strategy & SEO
Editorial Services & Media Production
Content Marketing & Social Media



Wir entwickeln

Engineering & Development von Plattformen, Services und Produkten

Engineering & Development

Digital Experience Platforms (DXP)

Marketing & Communication Platforms
Experience Management Platforms
Commerce Platforms
Customer Relationship Management
Customer Data Platforms
Field Sales & Service Platforms

Custom Development

Prototyping, POC, MVP
Ecosystems & Marketplaces
Mobile App Development
Headless Applications & Microservices
Employee & Collaboration Platforms
Hybrid Cloud & AI



Wir betreiben

Agiles Management, Workflows und Implementierung

Workflows & Operations

Workflows & Ways of Working

Agile at Scale
Product & Program Management
Change, Enablement & Governance
Business Process Design
Marketing-as-a-Service

Implementation, Support & Automation

Implementation & Rollout
Experience Management Services
Application Maintenance & Support
DevOps & Automation Services
Process Outsourcing

Starke Technologie-Partnerschaften

Neben tiefer Web- und Mobile-Tech-Expertise verfügen wir über langjährige Premium-Partnerschaften mit den führenden Anbietern Digitaler Experience Plattformen (DXP) und Sales-, CRM- und Commerce-Software.



Adobe

Platinum Solution Partner

Wir sind Adobe Platinum Global Partner und Adobe Partner of the Year 2023 – mit Expertise seit 1998 und Capabilities für die gesamte Adobe Experience Cloud. Mit über 100 lokalen, 200 near- und 500 offshore Consultants haben wir mehr als 450 Projekte für unsere Kunden umgesetzt.



Kund*innen verstehen und Experiences kreieren

Von der Personalisierung über den Handel bis hin zur Workflow-Verwaltung: Die Adobe Experience Cloud bietet Unternehmen alle Lösungen für außergewöhnliche Customer Experiences.



Content Management

Herausragende Experiences entwickeln, verwalten und liefern, um das Customer Engagement und die Brand Awareness zu steigern.



Personalisierung

Marketing Kampagnen an die Bedürfnisse der Nutzenden anpassen und individuelle Customer Experiences in Echtzeit designen, implementieren und skalieren.



Analytics

Kundendaten über sämtliche Kanäle und Touchpoints hinweg sammeln, zusammenführen und dank AI einzigartige Insights generieren, um Experiences zu optimieren.



SAP Customer Experience

Platinum Solution Partner

Wir sind langjähriger Platinum Partner für SAP CX und SAP Commerce, Marketing und Customer Data Cloud Implementierung. Wir helfen unseren Kunden auf dem Weg zu nahtlosen und hyperpersonalisierten Customer Journeys.



Jeden Moment optimieren

Das SAP Customer Experience Portfolio deckt jeden Schritt ab, vom ersten Kontakt der Kund*innen bis hin zur Kaufentscheidung. Wir implementieren die passenden SAP Lösungen für Marketing, Vertrieb und Customer Relationship Management.



E-Commerce

Marktchancen nutzen und Wachstum auf einer unternehmensgerechten E-Commerce-Plattform vorantreiben.



Customer Data Solutions

Umsatz- und Wachstumsziele mit Lösungen für Customer Identity und Access Management, Datenschutz und Customer Data Platforms steigern.



Marketing

Marketingkampagnen automatisieren und global durchführen.



Salesforce

Global Strategic Partner

Wir sind seit mehr als 20 Jahren ein globaler Fullforce Partner für Salesforce Sales, Service, Marketing und Commerce Clouds. Mit der Kombination aus Salesforce-Expert*innen und tiefem Branchen-Know-how helfen wir Kund*innen auf dem Weg zu einem menschenzentrierten Omnichannel-Erlebnis auf Basis der Customer 360-Plattform.



Innovationen freisetzen

Wir kombinieren die Power von Salesforce mit der passenden Strategie, Design, Integration und Technologie. So entstehen intelligente Experiences, skalierbare Innovationen und Wachstumschancen für dein Business.



Service Transformation

Außergewöhnliche Serviceerlebnisse über die gesamte Customer Journey hinweg liefern und zu einem trusted Advisor mit ergebnisorientierten Geschäftsmodellen werden.



Sales Transformation

Vertriebs- und Umsatzabläufe mit datengesteuerten Funktionen, Analysen und Integration über die gesamte Spanne der Lead-to-Cash-Prozesse optimieren.



Integration streamlinen

Einen einheitlichen Customer-Data-Ansatz mit MuleSoft-Integrationsfunktionen entwickeln, die Mitarbeitende und Kundendaten über Front- und Back-Office-Prozesse und -Systeme hinweg verbinden.

IBM iX – die Experience Agency von IBM Consulting

In Deutschland, Österreich, Kroatien und der Schweiz arbeiten wir mit rund 1.200 Expert*innen in mehr als 10 Studios – immer in der Nähe unserer Partner und Kunden.

Global ist IBM iX in 57 Studios mit rund 17.000 Expert*innen aktiv. Außerdem stehen uns alle Ressourcen von IBM zur Verfügung.



Unsere Standorte



Copyright and trademark information
IBM iX / © IBM Corporation 2023

IBM iX contact@ibmix.de ibmix.de	Berlin Chausseestraße 5 10115 Berlin +49 30 2839 210 berlin@ibmix.de	Bonn Godesberger Allee 125 53175 Bonn (IBM Garage for Defense) +49 30 2839 217 00 garage-for-defense@ibmix.de	Düsseldorf Plange Mühle 1 40221 Dusseldorf +49 211 4174 320 dusseldorf@ibmix.de
Ehningen IBM-Allee 1 71139 Ehningen (Stuttgart) +49 800 2255 426 ehningen@ibmix.de	Genf Rue Eugène-Marziano 25 1227 Geneva +41 58 3334 455 genf@ibmix.ch	Graz Gadollaplatz 1 8010 Graz +43 7242 71 000 graz@ibmix.at	Hamburg Beim Strohhouse 17 20097 Hamburg +49 800 2255 426 hamburg@ibmix.de
München Mies-van-der-Rohe- Straße 6 80807 Munich +49 800 2255 426 munich@ibmix.de	Osijek Vukovarska 31 31000 Osijek +385 31 626 273 osijek@ibmix.hr	Varaždin Kapucinski trg 5 42000 Varaždin +385 42 421 175 varazdin@ibmix.hr	Wels Carl-Blum-Straße 3 4600 Wels +43 7242 71 000 wels@ibmix.at
Wien Obere Donaustraße 95 1020 Vienna +43 7242 71 000 756 vienna@ibmix.at	Zagreb Radnička cesta 37a 10000 Zagreb +385 12 349 915 zagreb@ibmix.hr	Zürich Vulkanstrasse 106 8048 Zurich +41 58 3334 455 zurich@ibmix.ch	



Let's walk
the talk.



Lasst uns
gemeinsam
Zukunft
gestalten!

