

# RECAP: CO-CREATION WORKSHOPS

## 26. OKTOBER 2023 COMMERCE MASTERS

### PLATTFORMEN, DATEN UND KI –

Die Welt des B2B-Commerce entwickelt sich in einem rasanten Tempo. Umso wichtiger ist es, **neue Herausforderungen agil anzugehen**, sich mit anderen **Expert:innen auszutauschen** und gemeinsam Handlungsstrategien für eine erfolgreiche Zukunft zu entwickeln.

Im Rahmen der diconium Commerce Masters 2023 am 26. Oktober kamen rund 40 Entscheider:innen aus verschiedensten Bereichen der deutschen Wirtschaft in der Stuttgarter Location Garage 229 zusammen, um die IT-Architektur der Zukunft für das Transaktionsgeschäft von morgen sowie die transformative Rolle von Daten und KI bei der Skalierung des digitalen Wachstums zu beleuchten.

Jede Menge Inspiration und Know-how lieferten hierzu die Impulsvorträge von Holger Blank und Swantje Kowarsch zum Auftakt, bevor es in die beiden Co-Creation Workshops ging. Gemeinsam mit ihren Hosts von diconium schauten die Teilnehmenden hier im direkten Austausch auf die individuellen Chancen und Herausforderungen ihrer Unternehmen in den Bereichen IT-Architektur sowie Datenstrategie und KI, um gemeinsam möglichst praxisnahe Handlungsempfehlungen zu entwickeln.  
Mit Erfolg!

### IM FOKUS

## ZUKUNFTSFÄHIGE PLATTFORMSTRATEGIEN

Veränderte Kundenerwartungen und die fortschreitende Digitalisierung verlangen von Unternehmen, sich immer wieder auf neue Bedingungen einzustellen. Bewährte Geschäftsmodelle müssen stetig angepasst und komplett neue Geschäftsmodelle implementiert werden.

**Damit das Zusammenspiel komplexer werdender Systemlandschaften weiterhin effektiv und reibungslos funktioniert, muss alles in eine zukunftsfähige Infrastruktur eingebettet sein.**

### COMPOSABLE ARCHITECTURES – STABILES FUNDAMENT MIT FLEXIBLEN KOMPONENTEN

**Holger Blank** (managing director bei diconium digital solutions) inspirierte uns mit seinem kurzen Impulsvortrag ins Thema „Composable Architectures“. Klar wurde vor allem eines: Als modularer Ansatz zur Strukturierung eines maßgeschneiderten Tech-Stacks bietet die „zusammensetzbare Architektur“ eine gute Option, ein stabiles Fundament für das Business zu ermöglichen und dabei flexibel auf aktuelle Entwicklungen oder neue Kundenbedürfnisse reagieren zu können.

**Die zentrale Herausforderung liegt wie so oft in der individuellen Umsetzung.** Denn nicht alle Systeme unterliegen den gleichen Rahmenbedingungen und haben die gleichen Anforderungen. Und auch von Unternehmen zu Unternehmen unterscheiden sich die Ansprüche an die Architektur und den Einsatz der einzelnen Komponenten stark.

Für die Auswahl der individuell passenden Komponenten steht die Frage im Vordergrund, welche Fähigkeiten die Software abbilden kann und welchen Nutzen sie erfüllt. Composable Backends bieten mit Packaged Business Components (PBC) als SaaS-Bausteine die Möglichkeit, wichtige Kernfunktionen nahezu beliebig zu ergänzen. Diese Funktionen schaffen aber nicht die Kundendifferenzierung.

Als effizienter Katalysator für die User Experience sowie als Plattform für Innovation wirken im Rahmen von Composable Architekturen die Frontends. Hier gilt es für die Unternehmen zu prüfen, welche Elemente gut durch Standards abgedeckt werden können und wo durch Eigenentwicklungen eine marktrelevante Differenzierung und damit ein Wettbewerbsvorteil entsteht. Immer mehr von ihnen setzen vor diesem Hintergrund auf ein integriertes „Buy AND Build“-Konzept statt wie früher auf ein reines „Buy OR Build“. Der Consumerization-Trend geht unvermindert weiter.

## **WORKSHOP** .....

### **ARCHITEKTUR DER ZUKUNFT**

**Im Workshop zur zukunfts-fähigen Plattformstrategie wurde sich unter der Leitung der Hosts Markus Fleckenstein und Alexander Käppler einer wichtigen Frage angenähert:**

**Wie mache ich Komplexität beherrschbar?** Denn am Ende ist Architektur immer eine Form von Funktionalität, um alle Bereiche agil und in der Balance zu halten. Capability Based Planning (CBP) bietet hierfür ein leistungsstarkes Werkzeug, um die Ausrichtung der Geschäfts- und IT-Transformation an die Strategie sicherzustellen. Dabei gilt es, möglichst alle Aktivitäten in einem CBP-Zyklus zu strukturieren. Dieser zeigt anschaulich, wo Unternehmen starten sollten und welche nächsten Schritte erforderlich sind, um entsprechende Planungs-Domains sukzessive in die Umsetzung zu bringen – Vom „Verstehen der Kundenperspektive“ bis zum „Planen und Steuern der Umsetzung“.

**In der Gruppenarbeit tauschten sich die Teilnehmenden über aktuelle Use Cases ihrer Unternehmen mit den individuellen Anforderungen und Problemen zur Architektur-Landschaft aus. Dabei wurde deutlich, dass sie allesamt ähnliche Herausforderungen zu bewältigen haben – darunter u.a.:**

- **Geschwindigkeit** (besonders in der IT) aufbauen
- **Akzeptanz** im Unternehmen für optimierte Prozesse erlangen
- **Releases bestmöglich umsetzen**
- **Requirements managen**, um Anforderungen zwischen unterschiedlichen Bereichen (z. B. Marketing und IT) richtig zu „übersetzen“

## WRAP-UP

---

### Wichtige Erkenntnisse auf dem Weg zu einer zukunftsfähigen Architektur

Die wichtigsten Learnings und zentralen Take-Aways aus der intensiven Gruppenarbeit führten die Teilnehmenden im abschließenden Wrap-up zusammen. **Mit wichtigen Erkenntnissen zur Planung und Umsetzung zukunftsfähiger Architekturen:**

01

**COMPOSABLE ARCHITECTURE:** Unternehmen sollten weg von „Monolithen“ hin zur Composable Architecture kommen und möglichst mit „kleinen Bausteinen“ arbeiten, um ihre Architektur schnell auf aktuelle Entwicklungen anpassen und zu jeder Zeit flexibel skalieren zu können.

---

02

**CUSTOMER JOURNEY:** Die Kundenperspektive ist stets die oberste Maxime und Ausgangspunkt beim Capability Based Planning, um die Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.

---

03

**MEHRWERTE:** Es ist wichtig, den Wertbeitrag und die Fähigkeiten von einzelnen „Bubbles“ innerhalb der Customer Journey zu definieren, um Ressourcen effizient zu allozieren, Prioritäten zu setzen und sicherzustellen, dass Technologieinvestitionen den größten geschäftlichen Nutzen erzielen. Es gilt, schnellstmöglich zu testen und unpassende Lösungen auch zu verwerfen.

---

04

**REALITÄTSCHECK:** Für die erfolgreiche Planung und Umsetzung der IT-Architektur gilt es, immer erst die ganzheitliche Komplexität zu überprüfen und sich nicht zu schnell auf Tool-Ebene zu bewegen.

## IM FOKUS

---

# DATEN & KI IM B2B-COMMERCE

**KI-gestützter Dateneinsatz ist längst kein reiner Hype mehr, sondern ein echter Game-Changer, der das Business mit einem dynamischen Schwungrad-Effekt erfolgreich ankurbeln kann.**

Laut aktuellen Studien sind die Auswirkungen von KI 10-Mal so schnell und 300-Mal so heftig wie bei der ersten industriellen Revolution. Und trotzdem wissen viele Unternehmen noch immer nicht, welchen Zweck KI erfüllen und wo sie gewinnbringend eingesetzt werden kann.

**Kurz:** Es fehlt ihnen an der nötigen KI-Strategie. Worauf es bei einer solchen Strategie ankommt und worüber sich Unternehmen vor dem KI-Einsatz im Klaren sein sollten, erklärte uns Swantje Kowarsch (managing director bei diconium data) in ihrem inspirierenden Impulsvortrag.

## WIE UNTERNEHMEN DIE VOLLE DATEN- UND KI-POWER FÜR SICH NUTZEN

**Sehr schnell wurde darin deutlich:** Jetzt ist die Zeit für Unternehmen gekommen, KI proaktiv in ihre Geschäftsmodelle zu integrieren.

Doch vorher sollten sie sich im Klaren darüber sein, wo die transformative Kraft von KI herkommt und in welchem Bereich sie einen Wettbewerbsvorteil verschaffen kann. Ob zur Automation wiederkehrender Prozesse, der Vorhersage von Trends und zentraler Geschäftsentwicklungen oder der Verbesserung des Produkt- und Dienstleistungsangebots: Um den entscheidenden Mehrwert zu generieren, muss KI zunächst in konkrete Use Cases bzw. Handlungsfelder übersetzt, die dafür notwendige Ressource und Expertise geschaffen und in die bestehende Organisationskultur integriert werden.

**Klar ist:** Die erfolgreiche Anwendung von KI kann eine überwältigende Aufgabe sein. Das Feld entwickelt sich fast exponentiell und es ist schwer, den wachsenden algorithmischen Fortschritten, Anwendungsfällen, Initiativen und Start-ups zu folgen. Doch selbst wenn Organisationen erst am Anfang einer KI-Reise stehen, ist es wichtig, jetzt zu handeln und die richtige KI-Umgebung zu schaffen.

Denn nur wer heute die Voraussetzungen dafür schafft, wird das enorme Potenzial der KI-Revolution für sich nutzen können, um seine Geschäftsmodelle grundlegend zu verändern und das wirtschaftliche Wachstum nachhaltig voranzutreiben.

## WORKSHOP

---

# DATENSTRATEGIE & KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Im Workshop „Datenstrategie & Künstliche Intelligenz“ rückten Andreas Grund, Pascal Dagne und Adnan Bicaj einen besonders spannenden Bereich in den Fokus, der durch Daten und KI geradezu revolutioniert wird: den Commerce. Anschaulich zeigten sie in ihrem Intro das große Potenzial von (Generativer) Künstlicher Intelligenz auf, erheblichen Einfluss auf die Commerce Value Chain und die damit verbundene Customer Experience auszuüben.

### **Von der Content-Erstellung und Produktentwicklung über die Personalisierung und den Customer Service bis hin zum Marketing, Sales und CRM oder dem Pricing:**

Mit KI kann die Wertschöpfungskette im Commerce komplett neu gedacht werden.

Dies zeigten nicht zuletzt die Praxisbeispiele von Coca-Cola mit [Create Real Magic](#)

für ein erhöhtes Engagement durch Co-Creation und von Carrefour mit einem smarten [Chatbot](#) für die Customer Experience.

Weitere Einblicke in die Potenziale und die Entwicklung KI-gestützter Chatbots liefert das Projekt [Creating Dicobot](#) von diconium. Möglich werden Projekte wie diese durch eine skalierbare und kundenzentrierte Datenplattform.

Nach dem umfassenden Input rund um Datenstrategien und KI ging es für die Teilnehmenden in insgesamt drei Kleingruppen weiter. Jede Workshop-Gruppe reflektierte im direkten Austausch anhand konkreter Use Cases die Prozesse und das Vorgehen rund um künstliche Intelligenz, um so den Einfluss auf ihr Unternehmen bewerten zu können.

## WRAP-UP

---

# VIER WICHTIGE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR ERFOLGREICHE DATEN- UND KI-STRATEGIEN

Im abschließenden Wrap-up fassten die Teilnehmenden noch einmal die wichtigsten Erkenntnisse und zentralen Take-Aways aus den Gruppenarbeiten zusammen. Für eine erfolgreiche Daten- und KI-Strategie waren ihnen folgende Handlungsempfehlungen besonders wichtig:

01

**MINDSET:** Daten- und KI-Innovationen brauchen das richtige Mindset mit der dafür nötigen Portion Mut und Offenheit, um den Wandel mit allen Mitarbeitenden des Unternehmens erfolgreich anzugehen.

---

02

**KUNDENVERSTÄNDNIS:** Für zielgerichtete Datenstrategien und KI-Lösungen gilt es, die anvisierte Zielgruppe genau zu kennen und zu verstehen, um die Anforderungen und Bedürfnisse der Kunden maßgeschneidert zu erfüllen.

---

03

**ZIELSICHERHEIT:** Unternehmen sollten ihre Zielsetzungen für Datenstrategien und KI regelmäßig abgleichen, um sicherzustellen, dass sie an aktuelle Entwicklungen angepasst sind und die angestrebten Ziele auch weiterhin relevant sind.

---

04

**SCHRITT FÜR SCHRITT:** Bei der Einführung von KI-Projekten ist es ratsam, inkrementell vorgehen, um mögliche Risiken zu minimieren, sich fortlaufend an die sich verändernden Anforderungen und Technologien anzupassen und die Customer Experience stetig zu verbessern.

**SEE YOU NEXT YEAR!**