

0 1 0 1  
1 0 1  
1 0 1  
1

height\_m 3.798



alexanderthamm

Transforming  
our **FUTURE** with

# DATA & AI

10 years travelling  
on the Data Journey

0 1 1 1  
1 0 1 0 1  
1 0 1 0 1  
1

ppL\_count 4





we have  
data  
in our  
DNA

pp1\_count 2

0 1 0  
1 1 0  
1 0 1



# VOR WORT

## LIEBE [AT].MUSKETEERS, LIEBE WEGBEGLEITER UND FREUNDE,

wir befinden uns in einer Zeit des Wandels. Die Welt, in der wir leben, verändert sich vor unseren Augen – Klimawandel, Kulturwandel und ein Wandel der Technologien, die wir täglich benutzen. Doch gerade in Europa neigen wir dazu, eher auf die Risiken zu schauen als auf die Chancen. Das hat auch gute Gründe, denn sie bedrohen uns, unsere Kinder und nachfolgende Generationen. Deshalb müssen wir diesen Risiken und Bedrohungen begegnen. Mit Technologien wie Künstlicher Intelligenz können wir den Wandel mitgestalten und einen positiven Einfluss nehmen. Das war meine Vision für [at] vor 10 Jahren und das ist sie bis heute geblieben.

Als ich in Leipzig in den letzten Jahren der DDR geboren wurde, war die Welt eine andere. Heute ver-

breiten sich Nachrichten im Handumdrehen rund um den Globus. Musik, Filme, Spiele, Kommunikation und Wissen sind immer und überall verfügbar. Impfstoffe werden in Rekordzeit entwickelt und leistungsstarke Technologien sind leichter zugänglich und erschwinglicher als je zuvor. Was heute selbstverständlich ist, war noch vor wenigen Jahren undenkbar.

Mir zeigen diese Errungenschaften, dass Technologien wie KI der Menschheit dabei helfen können, ihre größten Herausforderungen wie den Klimawandel, Epidemien und eine faire Weltwirtschaft zu bewältigen. Auf diesem Weg schaffen wir ein wirtschaftlich starkes Europa mit digitalen Produkten und Services, die global skalieren und die vor allem auf europäischen Werten basieren. Sie können den Weg zu mehr Chancengleichheit, Barrierefreiheit und damit auch letztendlich mehr individueller Freiheit ebnen. Das treibt mich und uns bei [at] an.

Seit 10 Jahren sind wir Treiber dieses Wandels. Damals waren wir die erste, heute sind wir die führen-

de auf Data Science und KI fokussierte Beratung Deutschlands. In Gesprächen höre ich häufig den Satz, „wenn es um Daten & KI geht, kommt man an [at] nicht vorbei“. Das macht mich unglaublich stolz, denn es war ein weiter Weg. Ein Weg, den ich aber nie allein gegangen bin.

Dank Euch allen, die unsere Musketier-Kultur wirklich leben, haben wir ein Level erreicht, auf dem wir sehr viel bewegen können – in den Unternehmen mit unserem Consulting, mit unseren Expert:innen bei europäischen Forschungsprojekten, mit dem KI-Bundesverband auch auf politischer Ebene bei der Gestaltung von KI-Strategien und Regularien.

Lasst uns groß und in positiven Bildern denken. Wenn ich zurückschauen auf das, was wir in den vergangenen 10 Jahren aufgebaut haben und nach vorne blicke, was in den nächsten 10 Jahren möglich ist, dann bin ich überzeugt: Wir stehen vor dem größten Wandel der Menschheit – und es liegt in unserer Hand, ihn positiv und richtig zu gestalten.

Euer 

# INHALTS VERZEICHNIS

[6

from **basecamp**  
to **summit**

- 06 **[at].milestones** – Highlights aus den letzten 10 Jahren
- 10 **[at].gründerstory:** „Du willst wohl der nächste Roland Berger werden!“
- 13 **[at].glückwünsche** von Cornelia und Matthias Thamm

[14

echoes from  
fellow **travelers**

- 16 „Wir werden kein Netflix oder Amazon, aber Geschwindigkeit ist uns wichtig“ – **Kundeninterview mit Nina Kreuer und Wolfgang Hauner**, Allianz SE
- 20 „Je komplexer die Störung, desto erfolgreicher die KI“ – **Kundeninterview mit Stephan Kaulbauch**, Deutsche Bahn
- 23 **[at].glückwünsche**
- 24 „Mein Vorbild ist das menschliche Gehirn“ – **Partnerinterview mit Dr. Nicolas Flores-Herr**, Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme
- 27 „Durch Kooperation an die Spitze“ – **Partnerinterview mit Dr. rer. nat. Corina Apachite**, Continental

[30

together on  
the **ridges**

- 32 „Ich verpasse unserer Firma Augen und Ohren“ – **Mitarbeiterinterview mit Frank Moritz**
- 34 „Egal wo Du wohnst – Hauptsache, Du passt zu uns“ – **Mitarbeiterinterview mit Franziska Schropp**
- 36 **[at].glückwünsche**
- 38 „Ohne Menschen wird es nie funktionieren“ – **Mitarbeiterinterview mit Oliver Rosenhahn**
- 40 „Mut zur Pause“ – **Mitarbeiterinterview mit Elena Danchyshyna**
- 42 **[at].glückwünsche**



[44

the mountains  
we`ve climbed

- 46 **DATA festival** – Europas Coolste Datenkonferenz
- 48 **The Ultimate DATA and AI Guide**
- 50 **[at].product** – Casebase
- 51 „Unsere Vision ist eine eigene KI-Industrie in Europa“  
– **Interview mit Jörg Bienert**, Präsident des  
KI-Bundesverbands und Partner bei [at]
- 54 **[at].glückwünsche**
- 55 Back to the Future of AI –  
**Podcast** von und mit Alexander Thamm
- 56 „Wir dürfen uns nicht auf das Thema KI beschränken“  
– **Co-CEO-Interview mit Andreas Gillhuber**
- 59 **Data & AI Summer Conference**



[60

our spirit  
and equipment

- 62 **[at].csr** – Wir setzen uns für eine nachhaltige  
und erfolgreiche Zukunft ein
- 64 **[at].principles** – Unsere Werte & Prinzipien
- 65 **[at].glückwünsche**
- 66 **[at].charity** – Unsere nachhaltige und soziale  
Verantwortung
- 68 **[at].shop** – Unser Data Wear House
- 69 **[at].glückwünsche**



[70

altitude  
training

- 72 **data.castle**
- 74 **[at].glückwünsche**
- 76 **[at].credits** – Danksagung
- 78 **Impressum**
- 79 **[at].basecamps** – Unsere Standorte



height\_m 4.198

# from basecamp to summit

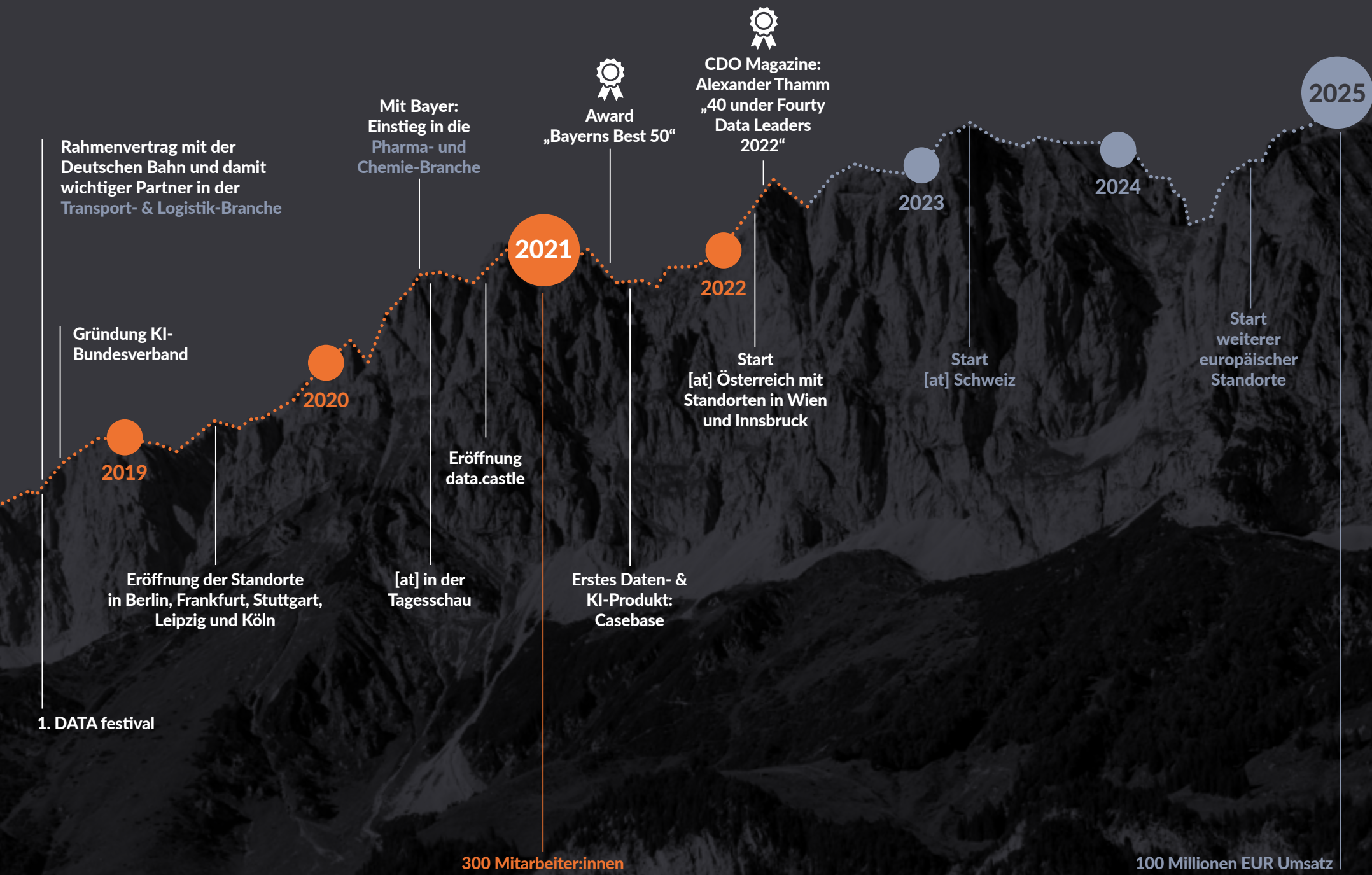


0 1 1 1  
1 0 1 0 1  
1 0 1 0  
1 0 1  
1

# MILE STONES







300 Mitarbeiter:innen

100 Millionen EUR Umsatz

# DU WILLST WOHL DER NÄCHSTE ROLAND BERGER WERDEN?!

Vor zehn Jahren ist Alex noch als Student für die Gründung zum Notar gegangen, in den nächsten zehn Jahren zielt er mit [at] auf den Eine-Milliarde-Euro-Umsatz. Eine Zeitreise, wie aus der damals ersten, die heute führende Data Science und KI-Beratung Deutschlands wurde, ein Blick auf zukünftige Wachstumsziele sowie Europas Chancen im KI-Wettlauf.

**Wusstest Du schon immer, dass Du CEO einer Firma werden möchtest, die – Stand heute – etwa 350 Mitarbeitende beschäftigt und einen mittleren, zweistelligen Millionenumsatz erwirtschaftet?** Nein, das habe ich mir sicher so nicht ausgemalt, aber klar war schon immer, dass ich Unternehmer sein möchte. Schon als Kind habe ich mir das in den Kopf gesetzt. Mit 18 Jahren habe ich dann meine erste Firma gegründet, ein Internet-Café in der Kleinstadt Olching bei München. Ich hatte die Idee von einer Kalifornienreise mitgebracht und es hat auch kurzzeitig funktioniert, aber dann hatten eigentlich alle ihren Internet-Anschluss zuhause. Gerade aus jugendlicher Sicht, bin ich da grandios gescheitert. Aber ich habe viel gelernt und dann verschiedene andere Unternehmen gestartet.

**Und wo kamen dann die Daten ins Spiel?**

Ich habe zunächst studiert und dann war es im Prinzip eine Aneinanderkettung glücklicher Umstände: Zunächst kam ein Praktikum bei einer BMW-Tochter, wo ich das Thema Daten für mich entdeckt habe. Anschließend habe ich in dem Bereich angefangen zu promovieren und in dem Kontext für BMW einen Algorithmus entwickelt, der den Bedarf von verschiedenen Ersatzteilen für Fahrzeuge vorhersagt. Das war damals in der Automobil-Branche revolutionär.

**Inwiefern?**


Naja, es gab damals noch keine Connected Cars, wodurch man schnell an Daten gekommen ist. Die Daten lagen tief in den Steuergeräten der Autos, die man bei Werkstattterminen ausgelesen hat. Das Marketing oder der After Sales hatten bis dahin mit solchen Daten jedenfalls nichts zu tun. Unser Algorithmus hat dann wirklich sehr gut funktioniert. Wir

haben am Ende den BMW-Kunden ziemlich genau in dem Moment angeschrieben, wenn wir wussten, er braucht demnächst eine neue Bremse. Die Response-Rate eines Mailings lag normalerweise bei 0,01 Prozent – bei uns lag sie dann bei 15 bis 20 Prozent, global war das damals ein Business Case mit dreistelligem Millionenbetrag. Aber das ist ja auch klar: Der Kunde hat ein Problem oder ein Bedarf und bekommt im richtigen Moment einen Lösungsvorschlag an die Hand und darum geht es ja im Prinzip auch heute noch genauso.

**Und das war dann der Startschuss für die Alexander Thamm GmbH?**

Ich habe auf jeden Fall gespürt, in diesem Datenthema steckt ein unglaubliches Potential. Ich hatte dann auch das Glück, dass IBM mich ziemlich gepusht hat, weil wir den BMW-Algorithmus in eine Software von ihnen implementiert haben. Die haben mich um die hal-

„ *Krass, wenn das Kunden rund um die Welt cool finden, was wir hier in Deutschland bauen, dann können wir hier auch richtig etwas bewegen* „



be Welt geschickt, ich durfte in Tokio, Las Vegas, Toronto präsentieren. Da war dann schon das Gefühl da: Krass, wenn das Kunden rund um die Welt cool finden, was wir hier in Deutschland bauen, dann können wir hier auch richtig etwas bewegen. Ich habe dann erstmal auf diversen BMW-Projekten als Freelancer gearbeitet. Irgendwann gab es aber eine neue Konzernrichtlinie und es hieß: ‚Wir würden gerne mit Dir weiterarbeiten, aber Du brauchst eine GmbH‘. Ich habe mich dann mit einigen Mitstreitern kurzgeschlossen, die auch heute noch zu einem großen Teil im Unternehmen sind und kurzerhand gegründet.

#### **Mit der Namenswahl war dann auch klar: Ihr wollt hoch hinaus?**

Das haben die bei Roland Berger auch gedacht (lacht). Tatsächlich waren wir in unserem ersten Büro, in den Highlight Towers, Nachbarn und der ein oder andere hat mir schmunzelnd zugerufen: ‚Du willst wohl der nächste Roland Berger werden‘. Die Wahrheit ist, ich saß beim Notar und der fragte mich: ‚OK, Sie wollen gründen und wie soll Ihr Unternehmen heißen?‘ Darüber hatte ich mir bis dahin keine Gedanken gemacht und habe erstmal mit ‚keine Ahnung‘ geantwortet, was den Notar veranlasst hat, mäßig witzig zu antworten, dass das doch ein schlechter Name für eine Beratung sei. Wir haben uns dann erstmal auf den eigenen Namen als rechtlich unkritischste Variante verständigt. Mittlerweile hat sich die Abkürzung [at] etabliert.

#### **Was macht [at] erfolgreich?**

Die Menschen! In erster Linie unsere Mitarbeiter:innen, die sich unfassbar für [at] einsetzen. Wir werden jetzt zehn Jahre und es gibt immer noch einen großen Anteil

von Leuten, die von Anfang an oder auch fünf Jahre und mehr dabei sind. Wir haben eine Fluktuationsrate von unter zehn Prozent – das macht mich sehr stolz.

#### **Und in Bezug auf die Kund:innen?**

Für unsere Kund:innen ist natürlich unsere Expertise und Erfahrung aus über 1.500 Daten- und KI-Projekten ausschlaggebend. Wir waren vor zehn Jahren die erste voll auf Data Science und KI fokussierte Beratung. Wir wissen, was technologisch State-of-the-Art ist und wir bringen Einblicke aus anderen Branchen mit ein, die sich womöglich adaptieren lassen. Ganz wichtig ist aber auch unser Selbstverständnis, unser Mindset: Wir kommen nicht helikoptermäßig in ein Unternehmen rein, machen ein paar schlaue Präsentationen und erklären den Mitarbeitenden, wie sie ihren Job zukünftig machen sollen. Ich habe das bei BMW erlebt: Da kam ein Tech-Player mit einigen ‚Silicon-Valley-Smart-Ass-Guys‘, die BMW erklären wollten, wie sie Autos bauen sollen. Da nimmt Dich kein Ingenieur mehr ernst.

#### **Was macht Ihr anders?**

Wir arbeiten immer mit unseren Kund:innen zusammen, machen deutlich, es geht nicht darum, einen Job durch eine KI zu killen. Wir wollen auch nicht nur einen kleinen Prozess anschauen, sondern die Abläufe in Gänze sowie die Branche verstehen. Nur so schaffen wir echten Wert durch Daten und sei es, dass ein:e Mitarbeiter:in durch automatisierte Prozesse mehr Zeit für kreative oder strategisch anspruchsvollere Aufgaben gewinnt. Dieses Gemeinschaftliche, als ein Team zu arbeiten und die KI als Tool, wie ein Werkzeug zu nutzen, ist ein wichtiger Faktor für unsere Arbeit

„ Da kam ein Tech-Player mit einigen ‚Silicon-Valley-Smart-Ass-Guys‘, die BMW erklären wollten, wie sie Autos bauen sollen. Da nimmt Dich kein Ingenieur mehr ernst.

mit den Menschen im Unternehmen. Man sieht das auch am Markt: Bei den Firmen, die es heute gut machen, sind es nicht mehr irgendwelche Labs oder Zentralbereiche, die vor sich hin experimentieren, sondern es ist tief ins Business integriert.

#### **Wir sprechen in diesem Heft noch ganz viel, unter anderem mit Allianz und Deutsche Bahn über Daten & KI-Projekte, daher noch mal zurück zu [at] – wie geht die Reise weiter? Es gibt beispielsweise jetzt die ersten Produkte, wie kam es dazu?**

Das ist im Prinzip Teil unserer Wachstumsstory. Wir haben uns etwa 2018 zusammengesetzt und überlegt, was wäre denn ein richtig ambitioniertes Ziel. Da war die Überlegung: 100 Mio. Euro Umsatz bis 2025 – das wär‘ crazy. Jetzt sind wir da schon fast. Dann haben wir berechnet, was für ein Wachstum bis 2030 möglich wäre und verglichen, wie damals Internet-Beratungen gewachsen sind. Das Ergebnis: Eine Milliarde ist ambitioniert, aber realistisch. Aber es ist möglich. Wir konnten letztes Jahr mit Thomas Hecker einen wahnsinnig smarten CFO von Deloitte für uns gewinnen und der hat uns das einfach mal vorgerechnet, nach dem Motto: ‚Ja, alles klar, 500 Mio. schaffen wir im Consulting, für die anderen 500 Mio. müssen wir etwas anderes machen, was schneller skaliert‘. Und wenn man sich dann anschaut, wie die Entwicklung mit KI weitergeht, sind Produkte eine logische Konsequenz.

#### **Kannst Du das noch mal erklären – wie meinst du das?**

Ich vergleiche das immer gerne mit der Entwicklung des Internets.

Als ich mein Internet-Café hatte, haben wir HTML von Hand programmiert oder irgendwas zusammengeschaubt mit Frontpage und Dreamweaver. Heute gibt es Shopify, WordPress und Co. Dank solcher Module hat man innerhalb von Minuten eine schöne Webseite am Start. Keiner würde mehr auf die Idee kommen, HTML in einer Kommandozeile zu programmieren. Das wird aus meiner Sicht auch mit KI passieren und ich glaube, jetzt ist für uns die richtige Zeit, die Essenz

aus unseren 1.500 Use Cases gezielt in Produkte einfließen zu lassen. Wir sind mittlerweile auch mit den ersten beiden Produkten wie etwa Casebase gestartet, mit ersten Kund:innen, die über ein Lizenzmodell dafür auch zahlen. Das ist eine spannende Entwicklung und vor allem auch eine Chance für den Mittelstand. Aktuell muss man sagen, sind eigene KI-Entwicklungen für Unternehmen mit einer Größe von weniger als eine Milliarde Umsatz, finanziell und personell schwer zu realisieren, das ist mit Produkten deutlich besser möglich.

**Der Wachstumskurs für [at] auf einen Umsatz von einer Milliarde ist also das Umsatz-Ziel für die nächsten knapp zehn Jahre?**

Lasst uns 2030 noch mal sprechen. Das ist natürlich super ‚bold‘, aber das war es letztendlich vor zehn Jahren auch, als ich als Student an einem Freitag-nachmittag am Stachus in München zum Notar gegangen bin und gemeint habe, ich brauch‘ jetzt mal eine GmbH. Mir geht es auch weniger um die Zahl als solche, sondern um den Impact, den wir mit [at] für Europa erreichen wollen.

**Für Dich persönlich ist ja auch das Thema Europa zu einer Mission geworden – worin besteht aus Deiner Sicht die Chance?**

„ *Wir sind gut darin, Dinge zu skalieren und Qualität in großen Mengen zu produzieren. Jetzt müssen wir beweisen, dass wir das auch für Software und nicht-physische Produkte können.*

Anteile verteilt. Es gibt sicher noch Überraschungen, aber es wird schwer, Firmen wie Google zu verdrängen. Das Thema ‚Autonomes Fahren‘ ist aber beispielsweise noch nicht entschieden. Tesla gibt Gas, aber Daimler war der erste Fahrzeughersteller der Welt, der eine Genehmigung für hochautomatisiertes Fahren (Level 3) erhalten hat.

Ich glaube, dass Europa den KI-1.0-Zug verpasst hat. Aber im Hinblick auf den KI-2.0-Zug, der auch bestehende Unternehmen verändern wird, glaube ich fest daran, dass wir eine Chance haben. Wir haben hier die Hidden Champions und Weltmarktführer, die es geschafft haben im Hardware-Bereich unglaublich innovativ zu sein. Wir haben die Ingenieurskultur. Wir sind gut darin, Dinge zu skalieren. Wir sind gut darin, Qualität in großen Mengen zu produzieren. Jetzt müssen wir beweisen, dass wir das auch für Software und nicht-physische Produkte können. Wir werden mit [at] auf jeden Fall unseren Teil dazu beitragen. Daher freue ich mich tatsächlich schon sehr auf die nächsten zehn Jahre.

Der eine Aspekt ist, dass wir hier in Europa einen Vorsprung in Bezug auf die Rechtsvorschriften haben – wer hätte das gedacht – und in Bezug auf das Bewusstsein für unsere Werte, weil diese Themen für uns relevanter sind. Der andere ist, dass die nächsten zehn Jahre eher den traditionellen Firmen gehören. Im Bereich Internet und Software sind die





**ALS VERMUTLICH GRÖSSTE FANS DER [AT]** war und ist es für uns eine besondere Freude, das Unternehmen von der Gründung

mit dem jährlichen, rasanten Wachstum bis heute zu begleiten und mitzuwirken.

Highlight für mich als Vater war es, die Jahresziele im Strategieteam mitzuentwickeln und dem Team im Jahreskickoff gemeinsam vorzustellen. Der Spirit der Veranstaltung ist jedes Mal derart

positiv, man spürt, dass der Funke direkt auf das Team überspringt und eine unglaubliche Energie zur Erfüllung dieser Jahresziele freisetzt.

Besonders ergreifend war für uns beide der Jahreskickoff 2020, wo Alexander und Cordula auf der Bühne verkündeten: „we will be a family“. Das zu erleben, begeistert uns heute noch.

Wir sind sicher, dass trotz wirtschaftlicher und globaler Veränderungen in einer fast

abenteuerlichen Zeit, die [at] mit Freude, Kraft, Leidenschaft, Neugier auf Neues und Wissen im Geiste der Musketiere eine erfolgreiche Zukunft meistern wird. Es bleibt spannend.

Lieber Alexander, viel Erfolg bei der Durchsetzung all deiner Pläne. Nach dem Motto: „Erfolg hat drei Buchstaben: T U N.“ (J. W. v. Goethe)

**Deine Eltern  
Conny und Mathias**



# echoes from fellow travelers

trvl\_companions\_true

0 1 1 0  
1 1 1 1  
1 0 1 0 1  
1 1 0 0  
0 1

# WIR WERDEN KEIN NETFLIX ODER AMAZON, ABER GESCHWINDIGKEIT IST UNS WICHTIG

Im Gespräch verraten uns NINA KREUER, Head of Business Data Improvement in Group Data Analytics, und WOLFGANG HAUNER, Head of Group Data Analytics, warum Kundenvertrauen bei der ALLIANZ SE an oberster Stelle steht, mit welchem „ethischen Kompass“ sie das Datenmeer navigieren und welche Vorteile der globale Versicherungsriese gegenüber neuen Wettbewerbern hat.

**Bitte nehmt uns doch einmal mit auf Eure persönliche ‚Data Journey‘.**

**N.K.:** Ich hatte tatsächlich einen eher steinigen Weg zu dem Thema Daten – nämlich durch ganz viele manuelle Daten-Extrakte, die ich schon zu meiner Zeit in der Unternehmensberatung zusammenbringen musste. Das war ein echt schwieriges Unterfangen und bis heute beschäftigen mich die Themen Datenqualität und Datenverfügbarkeit. Diese für Data Scientists – aber auch andere Anwendungen – in unserem Business verfügbar zu machen, ist heute meine Leidenschaft.

**W.H.:** Ich bin schon in meinem Studium zu dem Thema Datenanalyse gekommen. Mitte der 90er Jahre

habe ich als Mathematiker meinen Schwerpunkt in angewandter Statistik gewählt und auch eine Diplomarbeit über neuronale Netze im Direktmarketing geschrieben – damals ein sehr spannendes Thema. Danach kam der erste „KI-Winter“ und das Thema war erst mal weg von der praktischen Umsetzung. Heute freue ich mich, dass wir genau diese Methoden in die Anwendung bringen und dabei auch den Fokus auf die Skalierung der Lösungen legen. Das heißt, wir achten darauf, nicht nur Einzelfälle zu lösen, sondern mit KI-Lösungen möglichst die gesamte Allianz-Gruppe abdecken zu können.

**Du siehst also in den letzten Jahren einen Wandel: weg vom experimentellen Umfeld, hin zu mehr Skalierung und der praktischen Umsetzung?**

**W.H.:** Ja, tatsächlich. So von 2014/15 bis 2020 war eine Phase, die stark von einem experimentellen Charakter geprägt war. Es ging darum, zu verstehen wo hilft KI und wo nicht, wo sind Einschränkungen und wo liegen die Potentiale. Jetzt hat man das sehr gut verstanden und taucht ein in eine Phase, in der es darum geht, die Potenziale auch zu heben und

Lösungen zu implementieren, die über die einzelnen Landesgesellschaften hinweg skaliert werden können.

**So kommen wir auch zu dem Thema Verfügbarkeit und Qualität der Daten. Welche Auswirkungen hat das auf Geschäftsmodelle?**

**N.K.:** In erster Linie haben sich unsere Kundenerwartungen verändert. Wir werden kein Netflix sein und wir sind auch kein Amazon – die Geschäftsmodelle sind ganz anders. Trotzdem ist diese Schnelligkeit – wie schnell kann ich eine Versicherung abschließen? wie einfach ist das? – unglaublich wichtig. Das wird nicht nur im Geschäft mit Privatkunden, sondern auch im Geschäftskundenbereich immer bedeutsamer. Dafür brauchen wir gute, qualitativ hochwertige Daten, die schnell zur Verfügung gestellt werden können. Das betrifft sowohl den Vertrieb als auch die Abwicklung von Schäden. Es ist enorm wichtig, dass wir schnell, effizient und einfach für Kund:innen sind.

**Gibt es denn schon neue digitale Services und neue digitale Angebote für Kund:innen, die es bisher in der traditionellen Versicherung noch nicht gab?**



**W.H.:** Es gibt neue Angebote, aber auch neue Prozesse für Kund:innen. Das bekannteste Beispiel ist der Einsatz von Chat- oder Voice-Bots in der Kundenansprache oder in der Kundeninteraktion. Das betrifft auch den Einsatz von KI-Technologien in Callcentern; beispielsweise im Schadenfall immer eine 24-Stunden-Verfügbarkeit zu garantieren. So können wir standardisierte Vorgänge für Kund:innen durch eine Maschine abdecken, damit sie nicht minutenlang in der Warteschleife hängen, bis jemand den Hörer abnimmt. Aber es sind auch Produkte, die sich durch den Einsatz von KI verändern – beispielsweise hin zu einer schnelleren Abschließbarkeit, zu einer Einfachheit der Produkte. Das passt auch zu unserer Strategie ‚Simplicity at Scale‘. Wir verfolgen damit das Ziel, wie der Name schon sagt, die Produkte für Kund:innen einfacher zu machen – und das unterstützen wir durch den Einsatz von KI.

### **Sind diese Prozesse an der Kundenschnittstelle auch die Haupteinsatzgebiete?**

**N.K.:** Die wichtigsten Einsatzgebiete sind natürlich immer an der Kundenschnittstelle. Denn was nicht am Ende positiv bei Kund:innen ankommt, das wird nicht wirklich gesehen. Gerade das Thema Datenverfügbarkeit, also Prozesse schneller zu machen, ist ganz wichtig. Zum Beispiel im Underwriting: Da gibt es Antragsdokumente, die über 100 Seiten haben. Diese zu befüllen ist unglaublich nervig – das muss man einfach so sagen. Dabei wissen wir, dass beispielsweise nur 19 Prozent der Kund:innen auch den ganzen Antrag ausfüllen müssen. Wir arbeiten deshalb daran, mit Hilfe von KI solche Prozesse zu vereinfachen.

### **Versicherungen – zuvorderst die Allianz – sitzen auf einem riesigen Datenschatz. Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich daraus?**

**N.K.:** Die Erwartungen sind in jedem Fall unglaublich hoch. Jeder weiß, wir haben ganz viele Daten. Diese Daten dann aber nutzbar zu machen – das

ist noch mal eine andere Geschichte. Wir haben beispielsweise in einer unserer Landesgesellschaften eine Analyse gemacht, wie viele Leute eigentlich am 01.01.1900 Geburtstag haben. Das sind ein bisschen mehr, als wir für realistisch halten (schmunzelt). Vielleicht, weil es für Vertreter:innen nicht so wichtig war, das richtig zu erfassen, weil es für das Produkt in dem Moment keine Bedeutung hatte. Wir müssen jetzt das Bewusstsein im ganzen Unternehmen schärfen, dass es enorm wichtig ist, solche Daten zu haben. Nur dann können wir unseren Kund:innen auch produkt- und kundenbezogene Angebote machen, die für sie einen echten Nutzen haben.



**Nina Kreuer,**  
*Head of Business Data  
Improvement in Group  
Data Analytics*

### **Die Allianz operiert schon sehr lange global. Ist es in diesem Kontext für Euch ein großes Thema, Daten global verfügbar zu machen?**

**W.H.:** Das ist für uns ein wichtiges Thema, weil wir das Ziel haben, möglichst standardisierte Lösun-

gen, gerade im KI-Bereich, anzubieten. Je standardisierter die zugrundeliegenden Daten sind, auch über Länder hinweg, desto einfacher wird es für uns, solche Lösungen auszurollen. Idealerweise sprechen wir hier von identischen Daten-Modellen. Das ist heute noch nicht überall gegeben – der Weg geht aber ganz klar dahin.

### **Gibt es in diesem globalen Kontext der Zusammenarbeit mit den Landesgesellschaften Herausforderungen, die man beachten muss?**

**N.K.:** Das ist immer eine große Herausforderung, weil jedes Land auch ein eigenes Geschäftsmodell hat. Das wird zwar durch das ‚Allianz Customer Model‘ harmonisiert, aber wir sind ein historisch gewachsener, sehr großer Konzern. Daher ist es enorm wichtig, dass wir das vorhin genannte Bewusstsein schaffen: Was bedeuten Daten? Was kann ich mit denen machen? Warum ist das eigentlich so ein wichtiges Thema? Außerdem müssen wir auch verstehen, ob wir all die Daten überhaupt zentral brauchen. Wir operieren in über 70 Ländern, in drei Sparten, wir haben noch das Investment-Geschäft – also vielleicht muss ich gar nicht alle Daten zentral verfügbar haben. Aber ich muss wissen, was die wichtigen Datensätze sind, die ich standardisieren und harmonisieren muss, um sie dann zentral zur Verfügung stellen.

### **Viele Leute haben Vorbehalte hinsichtlich des Sammelns von Daten – habt Ihr bei der Allianz bestimmte Leitlinien, was den Umgang mit Daten und KI betrifft?**

**W.H.:** Selbstverständlich. Zunächst gibt es den gesteckten rechtlichen Rahmen, an den wir uns immer halten. Wir haben einen strukturierten Prozess, um abzufragen, dass wir diesen Rechtsrahmen auch einhalten. Zudem gehen wir oft über den Rechtsrahmen hinaus und wählen dabei den Ansatz, von der Kundensicht auszugehen. Wir fragen uns: ist



**Wolfgang Hauner,**  
Head of Group  
Data Analytics

**Wie nehmt Ihr die Mitarbeiter:innen im Unternehmen mit, was den Einsatz von Daten und KI betrifft? Habt Ihr ein Change-Management?**

**N.K.:** Jede Veränderung, ob das mit Daten zu tun hat oder mit anderen Themen, muss begleitet werden. So wie wir unsere Kund:innen auf diese Reise mitnehmen müssen, gilt das auch für unsere Mitarbeiter:innen. Wir binden die Mitarbeiter:innen in jedes Daten- und KI- Projekt ein. Wir wollen schließlich nicht ein KI-Modell bauen, nur um es zu bauen, sondern weil wir eine Businessfrage damit beantworten wollen. Dafür brauchen wir die die Business-Gegenseite. Deshalb nehmen wir die Mitarbeiter:innen immer mit – auch im Prozess der Erstellung eines Modells, um zu erklären, was dabei rauskommt. Beispielsweise im Vertrieb von Produkten für kleine und mittelständische Unternehmen geben wir den Vertreter:innen Hinweise, welches Versicherungspaket am besten zu den Kund:innen passen würde. Aber wir erklären auch das „warum eigentlich?“. Weil das Risiko für Friseursalons und Juweliergeschäfte, die beide in diesem Paket sind, vielleicht ein ganz anderes ist. Daneben haben wir noch die ‚Data Analytics Academy‘, mit der wir das Thema Daten in der Allianz fördern. Von einfachen Kursen, wenn man sich dem Thema nähern will, bis zu einer Art Masterabschluss, den man machen kann, wenn man tief in die Materie einsteigen will.

**Wenn wir den Blick in die Zukunft wagen: Gibt es bezogen auf Daten und KI eine langfristige Vision oder Strategie bei der Allianz?**

**W.H.:** Wir versuchen natürlich Vorreiter beim Thema „Einsatz von künstlicher Intelligenz in der

Versicherung“ zu werden – immer unter der Prämisse, dass es unter den genannten ethischen Gesichtspunkten erfolgt und natürlich den jeweiligen Rechtsrahmen nicht verlässt. Was die strategischen Zielsetzungen angeht, wird es große Weiterentwicklungen an der Kundenschnittstelle geben. Es zeichnet sich auch schon am technologischen Horizont ab, dass die entsprechenden Methoden und Technologien verbessert werden und wir hier graduell immer besser werden können. Das ist also keine Revolution, sondern eine Evolution.

**Habt Ihr hier Beispiele für uns?**

**W.H.:** Im Schaden-Bereich wird ein Schwerpunkt sein, die Automatisierung voranzutreiben, um eine schnellere und einfachere Auszahlung an

**„ Wir haben über 100 Jahre Schadenerfahrung. Wir lernen aus diesen Daten und haben somit auch einen gewissen Vorteil gegenüber neuen Playern**

die Kund:innen zu erreichen. An diesen Zielsetzungen arbeiten wir immer weiter und jede Evolutionsstufe führt zu spürbareren Verbesserungen für die Kund:innen. Daneben setzen wir KI in der kompletten Wertschöpfungskette der Versicherung ein. Schon heute gibt es keinen Prozess, in dem wir das nicht bereits tun. Man kann sich das anlog zum autonomen Fahren vorstellen: Man sieht heute die ersten

autonomen Fahrzeuge, aber der Weg dorthin war geprägt von graduellem Fortschritt – immer mehr Sensoren, immer intelligentere Vernetzung der Systeme. So ähnlich kann man sich das in der Versicherungswelt auch vorstellen. Wir werden sukzessive immer besser in den einzelnen Prozessen. Das ist unsere Vision, nicht ein „Big Bang“, wo wir nach zehn Jahren im Kämmerchen auf einmal etwas aus der Kiste ziehen.

das ein Einsatz von Daten, den unsere Kund:innen auch gutheißen? Das heißt, hier existiert auch ein „ethischer Kompass“, um eben keine Lösungen anzubieten, die vielleicht legal, aber aus Kundensicht eher fragwürdig wären. Das verproben wir mit jeder Anwendung, die wir neu ins Leben rufen. Das Kundenvertrauen steht bei uns an oberster Stelle.

**Gibt es Herausforderungen im Hinblick auf neue Wettbewerber, die von Haus aus digital organisiert und gestartet sind und nicht eure Historie mitbringen?**

**W.H.:** Ich sehe uns als Versicherer im Übrigen auch gut aufgestellt, was unsere eigenen Daten aus der Historie angeht: Wir haben über 100 Jahre Schadenerfahrung. Wir wissen, was kann kaputtgehen und was unter welchen Bedingungen tatsächlich kaputtgeht. Wir haben Lerneffekte aus diesen Daten, die ein neuer Wettbewerber so nicht hat. Das heißt, wir haben auch einen gewissen Vorteil gegenüber neuen Playern.

**Wenn wir in Richtung Asien oder USA blicken: Muss Europa befürchten, beim Thema KI ins Hintertreffen zu geraten?**

**W.H.:** Mit dem Blick auf Europa habe ich beim Thema KI ein positives Bild. Wir haben sehr viele, sehr gut ausgebildete Leute in dem Feld und auch Zugang zu den technologischen Möglichkeiten. Hier sind wir nicht komplett abgehängt, wenngleich die großen Tech-Player natürlich in den USA und in Asien sitzen. Bei der Entwicklung sehr mächtiger KI-Anwendungen, die wir heute beispielsweise im NLP-Bereich sehen, sind wir noch ein Stück hinterran. Gleichzeitig gibt es Initiativen, dort aufzuholen. Wo wir tatsächlich einen Vorteil gegenüber den USA und Asien haben, ist der einheitliche Rechtsrahmen – auch wenn uns manchmal eine Regulierung einschränkt oder es mit Bürokratie einhergehen mag. Doch unseren Kund:innen gibt das eine gewisse Sicherheit – eine Sicherheit, dass Missbrauch eingedämmt werden kann und, dass ein ethischer Umgang mit diesen Daten gewährleistet wird. Da sehe ich tatsächlich einen Vorteil beziehungsweise Vorsprung gegenüber den USA und Asien, wo das teilweise nicht ganz so gehandhabt wird wie in Europa.

**Ihr habt viele spannende und herausfordernde KI-Projekte erlebt. Gab es dabei besonders lehrreiche Momente?**

**W.H.:** Ein echtes „Aha-Erlebnis“ für mich war: Nicht alles, was technisch machbar ist, ist auch ökonomisch sinnvoll. Gerade in der erwähnten Experimentier-Phase haben wir teilweise tolle technologische Lösungen gefunden, nur waren sie viel zu teuer, um sie produktiv einzusetzen. Dann haben wir doch wieder auf einen manuellen Prozess zurückgegriffen, weil dieser schlicht günstiger und besser war als das, was wir über künstliche Intelligenz abbilden konnten. Das Learning ist entsprechend, immer kritisch zu hinterfragen: geht es nicht

auch ohne künstliche Intelligenz? Können wir es nicht auch einfacher lösen? Gibt es vielleicht einen Shortcut, um mit einfacheren Methoden zu einem gleichen oder besseren Ergebnis zu kommen? Das sind Fragen, die wir uns heute regelmäßig stellen, wenn wir neue Projekte angehen. Ein einfaches Beispiel: Wenn ich jemanden nach der Körpergröße frage, muss ich nicht über die Schuhgröße ermitteln, wie groß er sein könnte.

**Gibt es für Euch persönlich besondere Vorreiter, Vorbilder oder Inspirationsquellen beim Thema KI und Daten?**

**N.K.:** Ich sehe die großen Vorbilder nicht, wenn ich nach außen schaue, sondern bei der täglichen Arbeit, bei unseren Daten-Experten und Data Scientists – sie sind für mich unglaublich inspirierend. Ich komme eher aus einem Business-Bereich und hier zu sehen, wie flexibel die Kolleg:innen arbeiten, wie sie sich immer innovative, neue Ideen überlegen und wie viel sie gerne teilen – dieser Spirit, immer den anderen zu unterstützen und Wissen zu teilen – das finde ich total inspirierend.

**Wir feiern in diesem Jahr unser zehnjähriges [at]-Jubiläum. Gib es etwas, dass Ihr uns zum Geburtstag wünscht?**

**W.H.:** Ich möchte die Gelegenheit nutzen, um allen [at]-Mitarbeiter:innen dafür zu danken, dass sie uns in den gemeinsamen Projekten großartig unterstützt haben. Außerdem wünsche ich mir, dass dieser konstruktive Spirit auch die nächsten zehn Jahre und darüber hinaus erhalten bleibt; dass wir gemeinsam auch die nächsten Themen miteinander angehen können – das ist mein Wunsch für

**„ Wir haben einen Vorteil gegenüber USA und Asien in Bezug auf unseren einheitlichen Rechtsrahmen. Unseren Kund:innen gibt das eine gewisse Sicherheit.**

beide Unternehmen. Außerdem hoffe ich, dass die Pandemie irgendwann auch hinter uns liegt und wir wieder in den persönlichen Kontakt, in die persönliche Zusammenarbeit, kommen. Das ist mein ganz persönlicher Wunsch und ich glaube, da spreche ich auch vielen aus dem Herzen.

**N.K.:** Danke für die vergangenen zehn Jahre und dass ihr uns einen „Blick von außen“ ermöglicht, immer am Puls der Zeit seid und innovative Ideen aus einer anderen Industrie einbringt – das hat die Projekte auch wirklich stark vorangebracht. Wir haben zwar nicht die kompletten zehn Jahre zusammen verbracht, aber der Weg dahin war wichtig für unsere gemeinsame Projektarbeit in den letzten Jahren. Für die Zukunft wünsche ich euch viele weitere tolle Projekte und vor allem weiterhin so tolle Mitarbeiter:innen, wie ihr sie habt; dass ihr sie weiterhin behaltet und noch viel mehr davon bekommt!



Das ganze Interview im Video

# JE KOMPLEXER DIE STÖRUNG, DESTO ERFOLGREICHER DIE KI

**STEPHAN KAULBACH, Head of Data Intelligence Center bei der Deutschen Bahn, gibt Einblicke in seine persönliche ‚Data Journey‘ und blickt auf die Zukunft der Digitalisierung bei der DB**

**Du bist Head of Data Intelligence Center und davor über zehn Jahre in unterschiedlichen Rollen bei der DB unterwegs gewesen. Kannst du uns auf deine persönliche ‚Data Journey‘ mitnehmen?**

Ich bin 2002 bei der Deutschen Bahn eingestiegen und habe dort als Informatiker viele IT-Projekte durchgeführt. Dabei ist das Thema Daten permanent präsent und prägt die IT sehr stark. Vor meiner jetzigen Aufgabe war ich über drei Jahre CTO der DB System und habe mich intensiv damit beschäftigt, welche Technologien auf das Unternehmen zukommen, mit denen wir uns als IT-Dienstleister der DB auseinandersetzen müssen. Damit rückten Daten und KI deutlich in den Mittelpunkt. 2019 erreichte das Thema durch Frau Prof. Dr. Jeschke, damals neue Vorständin für den Bereich Digitalisierung und Technik, die Vorstandsebene.

**Dies hat dem Thema sicherlich noch einmal massiv Rückenwind gegeben.**

Ja absolut und vor allem in der Hinsicht, dass wir die Herausforderungen des Teilens und Verfügbarmachens von Daten innerhalb des Konzerns angehen konnten. Dies war der Ausgangspunkt für die Gründung der Einheit ‚Data Intelligence Center‘ im Jahr 2019. Diese Einheit hat drei wesentliche Aufgaben: Zum einen, die Konzerndaten transparent und nutzbar zu machen. Zum anderen, immer den Mehrwert für unsere Kund:innen – die permanent mit uns im Dialog sind – dabei im Fokus zu haben. Außerdem betrachten wir das Thema „Mensch“ – also Change-Kommunikation und Community-Arbeit. Diese Themen bereiten mir persönlich sehr viel Spaß, auch wenn es sich um eine Herkulesaufgabe handelt.

**Wie hat sich die Bedeutung von Daten und deren Potenziale bei der DB über die Jahre geändert?**

Ende 2021 wurde eine Reifegradanalyse durchgeführt. Die DB AG ist in viele einzelne Business-Units aufgeteilt und beherbergt zahlreiche Einzelunternehmen, wie beispielsweise den Fernverkehr

für die ICEs oder die DB Regio für die Regionalzüge. In der Vergangenheit fand die Datenverwaltung und -pflege innerhalb der einzelnen Business-Units statt. Eine horizontale Sicht über den gesamten Konzern ist aber zwingend nötig, da die Kund:innen sich – unabhängig davon, ob Privat- oder Logistikkunde – mit seiner Reise horizontal durch die gesamte Organisation mit allen beteiligten Einzelunternehmen bewegt.

Das erfordert entsprechende Verbundprozesse und ein Teilen von Daten. Diese Erkenntnis haben wir 2018 gewonnen und nachdem Frau Prof. Dr. Jeschke dafür auf Vorstandsebene stark geworben hat, wurde das Thema Daten verstärkt in den Fokus genommen. In der Folge hat die Relevanz der Datenbetrachtung deutlich zugenommen.

**„ Vorher wurden Daten beantragt, nun sind Daten frei verfügbar.“**

### **Und wie sieht es heute aus?**

Nach den vergangenen drei Jahren ist das Verständnis heute sehr hoch. Ein bedeutender Erfolg ist der Vorstandsbeschluss auf Konzern-Leitungsebene, der besagt, dass alle Daten im Konzern frei verfügbar sind. Eine Ausnahme kann durch einen validen Vorbehalt, beispielsweise einen rechtlichen Grund, entstehen. Das neue Prinzip ist demnach als kompletter Gegensatz zur alten Arbeitsweise zu verstehen: vorher wurden Daten beantragt, nun sind Daten grundsätzlich frei verfügbar und nutzbar. Diese Umkehr erfordert gleichzeitig ein Umdenken, was auch die größte Herausforderung, die Unternehmenskultur, beschreibt. Im Gegensatz dazu ist die Technik kein Hindernis – diese ist gegeben und einsatzfähig. Dazu zählen beispielsweise Data-Lake- oder Cloud-Technologien. Die Herausforderung liegt eher in der Datenbeschaffung. Dies hat verschiedene Gründe wie beispielsweise die Angst vor einer übertriebenen Transparenz der Arbeit.

### **Ihr seid mit dieser Umkehrung, dass Daten frei verfügbar sind, sehr fortschrittlich. Schauen sich andere Unternehmen bei euch um, um von euch zu lernen? Gibt es da einen Austausch?**

Es gibt definitiv einen Austausch, unter anderem in verschiedenen Vereinigungen. Wir empfanden unseren Schritt ehrlicherweise weniger als revolutionär, sondern als längst überfällig – gerade im Vergleich zu Start-ups, die bereits seit längerem mit diesen modernen Formen arbeiten.

Im Gespräch mit anderen Konzernen hat sich dann aber gezeigt, dass bisher wenige einen so radikalen Konzernbeschluss wie wir getroffen haben. Aufgrund dessen kamen einige Anfragen in die Richtung „Wie habt ihr das gemacht? Können wir uns das mal abgucken?“

### **In welchen Bereichen der DB kommt denn KI zum Einsatz?**

Ein gutes Beispiel ist die automatisierte Kamerabewegung. Konkret bedeutet das Computer-Vision. Der Anwendungsfall besteht aus einem Zug, der in ein Instandhaltungswerk fährt, um befundet zu werden. Durch das Abfilmen und -fotografieren des Zuges, während dieser in das Werk einfährt, kann mittels Computer-Vision die Elektronik auf dem Dach des Zuges scharf gestellt werden. So können Arbeitsanweisungen direkt an die Werksmitarbeitenden weitergegeben werden, was eine manuelle Befundung obsolet macht. Dadurch können Züge schneller in das Werk fahren und mehr Züge im Werk bearbeitet werden.

### **Was sind die Effekte?**

Die Kamera-Befundung hat zu kürzeren Durchlaufzeiten und dem Einsatz von mehr Zügen in einem Werk geführt, sodass die Zug-Verfügbarkeit erhöht wurde.

Dabei besteht weiterhin noch das Potenzial, den Idealzustand zu erreichen, dass keine Züge im Normalbetrieb defekt sind und wir damit Zugausfälle gänzlich vermeiden. Unsere Vision ist, präventiv Schadenssituationen zu erkennen, was Predictive Maintenance umfasst.

### **Ein anderes Projekt ist das Thema ‚KI in der Disposition‘ – wie bewertest Du hier den Fortschritt?**

Es gibt erste und messbare Erfolge. Zunächst wurde das Ganze in der kleineren Region Stuttgart getestet, weil es dort nur einen sehr kleinen Anteil an Mischverkehr gibt. Die Infrastruktur besteht dort hauptsächlich aus dem S-Bahn-Netz, welches für sich genommen durch die S-Bahn-Wendeschleife ausreichend Komplexität bietet. Diese Wendeschleife kann in ungünstigen Situationen zu einem Rückstau führen, falls sie belegt ist oder ein Zug sie zu

langsam passiert. Die Konsequenzen betreffen dann das Gesamtsystem und stören das gesamte Netz, was den Schmetterlingseffekt demonstriert. Wie das Gesamtsystem entstört werden kann, ist der Ansatzpunkt zahlreicher Überlegungen: beispielsweise die Änderung der Zugreihenfolge oder die Ansage von Geschwindigkeitsvorgaben, um negative Effekte abzumildern. Mittels KI ist die Prognose der Auswirkungen auf Seitenentscheidungen umso genauer, je größer die Störung im System ist. Auf dieser Basis werden sehr gute Empfehlungen für die Disponierenden gegeben. Dieser Sachverhalt ist nachweisbar und in verschiedene Richtungen skalierbar.

### **Inwiefern?**

Zum einen findet die Skalierung in die Breite, also über weitere S-Bahn-Netze in anderen Regionen, statt: In München und Frankfurt befindet sich der KI-Einsatz bisher im Rollout und noch nicht im Realbetrieb. Daneben findet eine Skalierung bezogen auf die Dispositionsentscheidung statt, was beispielsweise die Anzahlerhöhung von Zügen im System umfasst. Hierbei wird das Fachwissen der Disponierenden benötigt. Zuletzt wird dann auf den Mischverkehr ausgerollt – sprich Regionalzüge und auch der Fernverkehr werden miteinbezogen. Hierbei wird sich dem Thema iterativ genähert, um das gesamte Wissen vereinen zu können, weil eine sofortige Skalierung für Deutschland insgesamt zu komplex ist.

### **Solche Projekte haben sicher auch unternehmensintern eine positive Strahlkraft?**

Natürlich, dies fällt Mitarbeitenden anderer Fachbereiche und insbesondere Kund:innen positiv auf. Als Reaktion darauf wurde nach weiteren Gebieten mit Verbesserungspotenzialen gefragt. Zudem haben wir in diesem Rahmen eine wunderbare Symbiose bei der Bahn festgestellt, die zwischen den Ingenieurwissenschaften und der KI besteht: Die DB ist ein ingenieur-lastiges und

„Heavy-Metal“ orientiertes Unternehmen, weshalb die Fachbereiche in der Regel eine Ingenieurssprache sprechen. Wir übersetzen ihre Probleme aus der „Heavy-Metal-Sicht“ in KI und entwickeln dann Ideen für Lösungsansätze mit Hilfe von KI. Aus dieser Symbiose entstehen Momente, die bestätigen, dass die DB einen großen Schritt nach vorne gegangen ist.

### Wenn du nun in die Zukunft blickst, wie sieht die Vision für die Deutsche Bahn im Jahr 2030 aus?

Unsere Vision ist es, bis 2030 Daten und KI in die relevanten Prozesse der DB zu integrieren. Aktuell wird eine stark isolierte Sicht auf viele Prozesse und Prozessabläufe eingenommen, sodass eine Optimierung nur auf einer Teilebene stattfindet. Dafür sind die über viele Jahrzehnte hinweg nebeneinander gewachsenen Strukturen ursächlich. Zukünftig sollen Daten als Prozessbrücke dienen und im Kern die Resilienz des Gesamtsystems erhöhen. Das heißt, dass den einzelnen Mitarbeitenden im System geholfen wird, zu verstehen oder auch Vorschläge zu machen, welche Konsequenz eine Entscheidung auch für Nebenprozesse hat. So werden Verknüpfungen und Querverbindungen zwischen den Prozessen über Daten geschaffen, um alle Informationen zusammenzubringen. Es geht nicht darum, mit künstlicher Intelligenz einen großen Stellenabbau zu betreiben, sondern vielmehr darum, dem Menschen dabei zu helfen, in einer steigenden Komplexität das System beherrschbar zu machen und dabei Entscheidungen zu treffen, die das System weiterbringen.

„ *Andere Länder sind bereit, einen Prototyp zu produzieren. Deutsche Ingenieure haben die Tendenz, nur 100 Prozent funktionstüchtige Produkte herauszubringen* „

### Mit Blick auf den internationalen Wettbewerb im Bereich Data und KI – wie siehst Du Europa hier aufgestellt?

Definitiv sind uns insbesondere die USA und China aus verschiedenen Gründen voraus. Gründe dafür sind nicht allein der Datenschutz, sondern auch die technologische Offenheit und Risikobereitschaft – also die Bereitschaft Fehler zu machen. Deutsche Ingenieur:innen haben die Tendenz, nur 100 Prozent funktionstüchtige Produkte herauszubringen. Andere Länder sind hingegen bereit, einen Prototyp zu produzieren und nach der Markteinführung entsprechende Anpassungen vorzunehmen oder bei Nicht-Funktionsieren einen Produktionsstopp zu verhängen.

### Ihr habt eine Reihe von Projekten mit der Unterstützung von [at] durchgeführt. Was macht für Dich die Zusammenarbeit aus?

Um 2019 die Daten- und KI-Strategie zu erstellen, haben wir einen Partner gesucht, der kein großer Unternehmensberater wie beispielsweise die BCG oder McKinsey ist. Wir wollten einen Partner, der

„hands on“ ist und uns aus einer erlebten Erfahrung heraus unterstützt. Diese Unterstützung besteht darin, richtige Dinge zu erkennen und so zu artikulieren, dass auch der Vorstand überzeugt wird. Demnach fand die Arbeit auf operativer Ebene in konkreten Projekten wie dem Data Intelligence Center statt, aber auch auf strategischer Ebene – wobei [at] beide Ebenen in Einklang gebracht hat. Daneben spielt die Erfahrung von [at] eine bedeutende Rolle, weil wir als Konzern die Lösung nicht kennen. Wir brauchen jemanden, der Erkenntnisse

und Erfahrungen von anderen großen und kleinen Unternehmen transferiert. Zudem setzt [at] Impulse und ist ‚up to date‘ was neue Trends betrifft, damit wir als Partner global anschlussfähig bleiben. Wegen dieser erfolgreichen Zusammenarbeit haben wir seitdem ein sehr intensives und enges Verhältnis.



▲  
Das ganze Interview im Video



Stephan Kaulbach,  
Head of Data Intelligence  
Center, DB AG



„ Herzlichen Glückwunsch zu zehn erfolgreichen Jahren [at]. Viel wichtiger, als wie lange es Euch schon gibt, ist, was Ihr aus der Zeit gemacht habt – und das ist grandios! Da kann ich verstehen, dass Du, Alex, Dich letztendlich auch nach dieser Firma hast benennen lassen.

Marcel Kling, Head of Digital Sales for Lufthansa Cargo



„ Was war das für eine Reise bisher, dabei wir stehen erst am Anfang. Der [at]-Spirit ist für mich das Herzstück der Firma – mit diesem Team lässt sich alles erreichen.

Michaela Tiedemann



„ Diese offene und transparente Kultur von [at] gefällt mir. Das sollten wir auch in der Zukunft beibehalten – selbst, wenn [at] weiterwächst.

Alexander Weiner



„ Auf zehn Jahre geleistete Arbeit mit Erfolg und Zufriedenheit zurückblicken zu können, ist eine große Leistung. Mit Euch die „Passion für Daten“ zu teilen, freut mich sehr. Daher wünsche ich [at] von Herzen viele weitere erfolgreiche und passionierte Jahre.

Judith Lichtlein, Marketing & Business Development Manager, DATA festival

„ Zum Geburtstag wünsche ich [at] weiterhin großen Erfolg – nicht nur in Deutschland, sondern in Europa und auf internationaler Bühne.

Talal Younis



alexanderthamm



„ [at] steht für mich für tolle Teams, die schnell, kreativ und innovativ arbeiten. Ich wünsche [at], dass das genau so bleibt in den nächsten zehn und 100 Jahren!

Sophie Jonke, Local Head, ReDI School of Digital Integration München



„ Die Menschen und Kultur bei [at] waren und sind für mich schon immer etwas Besonderes und motivieren mich immer wieder aufs Neue. Ich wünsche [at], dass dieser Spirit und Drive sowie der Zusammenhalt noch ganz lange aufrechterhalten bleiben.

Dr. Christina Sievers

# MEIN VORBILD IST DAS MENSCHLICHE GEHIRN

**DR. NICOLAS FLORES-HERR ist Projektleiter OpenGPT-X und Head of Business Area Document Analytics beim Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS. Im Interview spricht er über die Bedeutung von Open GPT-X als großes KI-Sprachmodell für Deutschland und Europa und verrät, warum es so wichtig für die Digitalisierung verschiedenster Branchen ist.**

## **Wie sah Deine persönliche Data Journey aus?**

Ich bin seit 2005 mit dem Thema (Massen-)Digitalisierung im IT-Bereich beschäftigt. Vorher war ich Neurowissenschaftler, wo ich mich mit biologischer Intelligenz und Nervenzellen befassen durfte und bin dann in das Thema Digitalisierung eingestiegen. Das war eine Zeit, in der viele große Firmen Vorhaben starteten, Bücher zu digitalisieren. Auch Rundfunkarchive haben versucht, ihren Kund:innen sprachliche und audiovisuelle Inhalte über das Internet verfügbar zu machen. Das war auch mein erster Berührungspunkt mit dem Fraunhofer-Institut für Intelligenz-

te Analyse- und Informationssysteme IAIS. Wir haben damals ein großes Projekt zusammen beantragt, in dem es um die Verarbeitung von Multimedia-Inhalten ging, mit dem Ziel, diese den Nutzer:innen verfügbar zu machen. Ein wesentlicher Schritt dabei war auch das Thema Maschinelles Lernen. Denn ohne Maschinelles Lernen bekommt man die Menge an Inhalten auch gar nicht in den Griff. In der Deutschen Nationalbibliothek gibt es beispielweise 20 Millionen Bücher und jeden Tag kommen 1000 neu dazu.

Fast Forward: Danach habe ich einen Zwischenstopp am Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz eingelegt und wurde dann gefragt, ob ich Lust hätte, das Geschäftsfeld Document Analytics am Fraunhofer IAIS zu leiten. Hier geht es wieder um die Themen Multimedia, Natural Language Processing (NLP) und Understanding (NLU). Irgendwann standen wir dann vor der Aufgabe, einen Antrag zu schreiben, in dem es um große KI-Sprachmodelle geht – und jetzt bin ich hier.

## **GPT-X ist ein Konsortium unter der Leitung von Fraunhofer, dem auch [at] angehört. Wie siehst Du den Stand der Entwicklung von KI-Sprachmodellen?**

Seit GPT-3 vor gar nicht allzu langer Zeit rauskam, sind große KI-Sprachmodelle wie Pilze aus dem Boden geschossen – und das ist ja kein Zufall. Die Entwicklung des Maschinellen Lernens und der Künstlichen Intelligenz (KI) ging in den letzten Jahren in die Richtung, immer größere Modelle hervorzubringen, gerade weil man gemerkt hat, dass diese nicht nur flexibler einsetzbar sind, sondern auch eine sehr gute Performance liefern; und das in verschiedenen Feldern. Jetzt ist klar geworden, wie insbesondere im Bereich NLP diese großen KI-Sprachmodelle zu einer Vielzahl von neuen Entwicklungen führen können – von Chatbots bis hin zur Suche via Spracheingabe. Man hat aber auch gemerkt, dass vor allem die Größe hier eine Rolle spielt.

## **Inwiefern?**

Das betrifft nicht nur die Skalierung, sondern beinhaltet verschiedenste Faktoren: Zunächst wollen KI-Modelle trainiert werden. Außerdem spielt Inf-



rastruktur eine sehr große Rolle, denn wir sprechen von Rechenkapazitäten, die weit jenseits üblicher Desktop-Computer oder Server liegen. Das sind Herausforderungen auf verschiedensten Ebenen, die Firmen wie OpenAI, Microsoft, Google oder Wudao alle adressiert haben – nicht nur im Bereich KI. Auf Grund dieser Entwicklungen spürt man jetzt auch in Deutschland und Europa, dass wir Bedarf für vergleichbar große und damit leistungsstarke KI-Sprachmodelle haben. Auch bei uns ist es wichtig, dass man für die Entwicklung der Wirtschaft den Kunden, also mittelständischen oder großen Unternehmen, die Wahlfreiheit lässt, von wo sie große oder aufwendige KI beziehen. Müssen das immer außereuropäische Hersteller von solchen Technologien sein?

**Vielfach herrscht die Meinung, KI sei eine Blackbox, wo Daten reinfließen und am Ende ein fertiges Modell herauskommt. Das ist ja nicht die Realität – wie kann man sich den Prozess bei OpenGPT-X vorstellen?**

Im ersten Schritt orientieren wir uns und schauen, was es bereits draußen in der Welt gibt und welche Wege schon beschritten wurden. So ist es beispielsweise spannend zu sehen, dass an dem Pathway Language Modell (PaLM) von Google über 60 Leute mitgewirkt haben. Das ist eine enorme Energie, die da eingeflossen ist und an der wir uns orientieren wollen. Deswegen sind wir auch sehr an Kooperationsmöglichkeiten interessiert. So ist das Thema Daten und Datenvorverarbeitung sehr wichtig, das heißt Daten überhaupt zu finden. Hier arbeiten wir mit verschiedenen Firmen wie der Alexander Thamm GmbH zusammen. Im Bereich Europäischer Sprachen spielt auch das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz eine sehr große Rolle. Damit das Modell keine Blackbox wird, ist es wichtig, genau zu schauen, welche Daten in das Modell fließen. Denn das Modell kann am Ende nur das wiedergeben, womit es gefüttert

wird. Das passiert dann zwar auf erstaunliche Weise – ich denke jeder, der sich die Beispiele von GPT-3 oder PaLM angeschaut hat, ist beeindruckt – aber da ist keine Magie dabei.

**Wenn man sich in diesem Kontext GPT-3 als Vorbild nimmt, wie grenzt sich OpenGPT-X ab? Welche Ansätze übernimmt man und was will man anders machen?**

Es ist wichtig, dass wir im europäischen Kontext zu einem großen KI-Sprachmodell kommen, das auch unsere Werte berücksichtigt. Zudem sollten wir in der Lage sein, die Technologie inklusive der Rechenkapazitäten zu beherrschen. Eine weitere Besonderheit: In Europa gibt es unzählige Sprachen. Wenn man diese Entscheidungen bei internationalen Firmen belässt, kann es sein, dass gewisse Sprachen zu kurz kommen. Hier liegt eine unserer wesentlichen Stärken: Wir adressieren mit OpenGPT-X das Thema Multilingualität im europäischen Sprachraum. So versuchen wir das Modell inklusiver zu gestalten. Damit ist auch die Einsetzbarkeit eines solchen Modells für europäische Firmen gegeben. Im ersten Jahr erhält die deutsche Sprache einen starken Fokus, um für die hieransässigen Firmen die Relevanz zu steigern.

**Sind wir in Deutschland und Europa in der Lage, diesen Rückstand aufzuholen?**

Ich hoffe sehr, dass wir in der Lage sind, diesen Rückstand aufzuholen! Es ist wichtig, sich zunächst zu orientieren: Was für Wege gibt es zum Ziel und welche wurden in der Welt schon einmal beschritten? Hierzu ist auch ein Investment in große Rechencluster nötig. Das ist sicherlich eine der wichtigen Zutaten für das Gelingen die-

**„ Wenn Talente in Deutschland und Europa merken, dass sie hier einen Impact haben können, dann werden sie auch bleiben**

ses Projekts. Ohne diese großen Rechencluster, die Firmen und Forschungseinrichtungen zu Verfügung stehen müssten, sehe ich noch ein Hemmnis zu diesem Fortschritt. Wir dürfen nicht vergessen:

Es geht nicht nur um Technik, es geht auch um Talente! Wir haben in Deutschland hervorragend ausgebildete Computerwissenschaftler:innen und Ingenieur:innen, die in der Lage sind, sich solche Modelle ausdenken, sie zu bedienen und bei der Anwendung auf die Feinheiten des europäischen Marktes einzugehen. Solche Talente werden sich natürlich

in der Welt umschauen und fragen: Wo kann ich einen Impact haben?

**Wie entsteht das richtige Ökosystem für die Entwicklung dieses aber auch anderer großer KI-Modelle?**

Eine Organisationsstruktur, die Maschinen und Menschen zusammenbringt, ist hier wichtig. Das können Universitäten, angewandte Forschungsinstitute oder neue Organisationsformen sein, die noch entstehen müssen und meiner Meinung nach auch sollten – und zwar sehr bald. Denn die Geschwindigkeit bei der Entwicklung großer KI-Sprachmodelle und anderer Bereiche der KI ist atemberaubend. Hier müssen Deutschland und Europa mithalten. Wenn Talente in Europa merken, dass sie hier einen Impact haben können, dann werden sie auch hierbleiben und sich schnell entwickeln. Die Förderung junger Talente ist von großer Bedeutung. Dass wir diesen Leuten eine Möglichkeit bieten, ihre Intelligenz zu entfalten. Dann werden wir aufholen können, da habe ich gar keine Bedenken.

### Wie wird im Projekt die Funktionalität des großen KI-Sprachmodells sichergestellt?

OpenGPT-X wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert. Eine der Auflagen ist daher, dass es sich bei der Technologie nicht nur um ‚l'art pour l'art‘ [Anm. d. Red.: Kunst um der Kunst willen] handelt. Die konkrete Einsetzbarkeit der Technologie muss in sogenannten Use Cases demonstriert werden. Davon haben wir drei: Der eine ist mit dem Westdeutschen Rundfunk (WDR) in der Domäne Medien. Der WDR hat, wie viele andere Rundfunkanstalten in Europa, in den vergangenen 15 Jahren sehr große Teile seiner Bestände digitalisiert. Das bedeutet, durch Speech-to-Text und andere Erschließungsverfahren existieren große Mengen an digitalisiertem Text. Um diesen großen Mengen an Inhalten gerecht zu werden, beispielsweise zur Suche für Endanwender, ist es wichtig, eine Technologie zu finden, die diese Menge an Inhalten zusammenfasst. Das ist bislang mit klassischen Suchmaschinen nicht zu schaffen und könnte durch OpenGPT-X geleistet werden.

### Was sind die weiteren Anwendungsbereiche?

In einem weiteren Use Case geht es in der Domäne Finanzwesen um die Beschleunigung von Versicherungsfällen. Das ist ein Bereich, der sehr stark mit KI-gestützten Dokumentenanalyseverfahren verbunden ist. Hier geht es auch um die Forschungsfrage: Wie können große KI-Sprachmodelle die bisherigen Verfahren der Dokumentenanalyse so stark verbessern, dass der Bereich der Schadensabwicklung deutlich verschlankt werden kann? Man stelle sich vor: Sie lassen die Blumenvase des Nachbarn fallen. Bisher zieht sich der Prozess zur Schadensab-

wicklung mehrere Monate hin. Diesen Prozess effizienter zu machen wäre für Versicherungen und deren Kunden ein großer Mehrwert. Ein weiteres Thema sind Dialogsysteme in der Domäne Mobilität. Hier überlegt man, Assistenzsysteme für Fahrer:innen zu entwickeln, die mehr können als nur stur das Bordbuch wiederzugeben. Sie sollen sich im Idealfall mit dem Fahrer unterhalten können wie ein Co-Pilot.

### Es gab bei einigen Use Cases von GPT-3 auch Skepsis hinsichtlich Vorurteilen und Genauigkeit von KI. Ist das auch bei Euch ein Thema und wie geht Ihr damit um?

Vorurteile, oder auch Biases genannt, sind ein sehr komplexes und schwieriges Thema, das wir aber von Anfang an adressieren. Es gibt verschiedene Ansätze und Diskussionen, wie man damit umgehen sollte. Wie ich eingangs erwähnt hatte, kann die Maschine nur das wiedergeben, was man ihr zuführt. Daher ist ein Ansatz, dass man gewisse Inhalte im Vorhinein filtert. Es gibt auch andere Ansätze, die aktuell diskutiert werden. Wir beobachten diese Diskussion sehr genau, gerade wenn es um Ethik, Technologie und KI geht. Uns ist es ein sehr großes Anliegen mit OpenGPT-X Ergebnisse zu liefern, die ethisch richtig sind und den europäischen Werten entsprechen.

**Im Kontext europäischer Werte fällt auch immer wieder der Begriff ‚Digitale Souveränität‘. Wo stehen wir da und was müsste über OpenGPT-X hinaus getan werden, damit wir diese nicht verlieren?** OpenGPT-X sollte eine von vielen Initiativen sein, die dieses Ziel verfolgt. Es geht darum, dass wir neben der Rechenleistung, die durch Forschungseinrichtungen, Firmen und andere Organisationen zur Verfügung stehen sollten, auch das Thema Talente im Blick behalten müssen. Wo kann der Staat eingreifen und wo können Industrien sich branchenübergreifend zusammenschließen, um die richtigen Akzente

„ *Es ist wichtig, dass wir zu einem großen KI-Sprachmodell kommen, das auch europäische Werte berücksichtigt*

zu setzen, um auch in Zukunft KI richtig zu nutzen? Digitale Souveränität ist wichtig und wir müssen genau schauen, was das für uns bedeutet und in welchen Bereichen wir Souveränität brauchen. Klar – im Bereich Infrastruktur und Talente. Unternehmer sollten die Wahlfreiheit haben, auf ein Angebot im Bereich KI oder Cloud bei einem europäischen oder deutschen Anbieter zurückgreifen zu können. Dort sehe ich Initiativen wie beispielsweise Gaia-X als einen wesentlichen Baustein, es darf aber auch noch weitere geben.

### Gab es denn auch Vorreiter im Kontext KI, die Dich inspiriert haben, von denen Du viel gelernt hast oder die Du als Vorbild nimmst?

Es gibt unheimlich viele schlaue Leute, die unglaubliche Ergebnisse in den letzten 20 Jahren hervorgebracht haben – gerade im Bereich Deep Learning und bei den Technologien, die wir heute täglich nutzen. Die bewundere ich auch, aber ein Vorbild für mich ist nach wie vor das menschliche Gehirn beziehungsweise das Gehirn von Säugetieren. Ich hoffe, dass wir durch das bessere Verstehen dieses biologischen Systems in Zukunft ein Vorbild haben, wie KI funktionieren kann. Bei allen meinen Überlegungen ist die Natur für mich Vorbild und Inspiration. In die Natur zu schauen, wie das Hirn von Tieren und Menschen mit seiner Umwelt interagiert, das finde ich sehr spannend.

[www.opengpt-x.de](http://www.opengpt-x.de)



Das ganze Interview  
im Video

Dr. Nicolas Flores-Herr  
Projektleiter OpenGPT-X

# DURCH KOOPERATION AN DIE SPITZE

**DR. RER.NAT. CORINA APACHIȚE ist Program Head Artificial Intelligence and Data bei Continental und verrät uns im Interview, was die dritte Welle der KI ausmacht, weshalb sie für Kooperation statt Wettbewerb plädiert und warum KI unser aller Leben verbessern wird.**

**Nimm uns bitte mal mit auf Deine persönliche Data & KI Journey. Was waren Deine Highlights und wie hast Du die Entwicklung von KI in den letzten Jahren erlebt?**

Meine persönliche Data & KI Journey fing weit in der Vergangenheit an: Ich bin schon als 14-jähriges Mädchen auf ein Gymnasium mit einem Informatik-Schwerpunkt gegangen. Dort habe ich sehr früh gelernt, dass Informatik und IT ohne Daten das gleiche wäre, wie ein Wald ohne Bäume. Ich habe auch das Glück gehabt, von Anfang an zu lernen, dass Daten Bits und Bytes sind – keine Aktenordner. In manchen Branchen und Unternehmen herrscht leider immer noch das Verständnis, dass Daten aus alten Aktenordnern bestehen. Das ist nach wie vor eine Baustelle, mit der wir uns noch

weiter auseinandersetzen müssen. Heute werden Daten völlig zurecht als das ‚Öl der vierten industriellen Revolution‘ bezeichnet, weil sie nicht nur unser Wissen umfassen, sondern auch die Erfahrungen von Menschen, Produkten und Prozessen. Dass Daten, KI und Informatik mittlerweile überall Anwendung finden, ist eine Entwicklung, die mich sehr froh macht.

**Ein Ausblick auf die Automobilindustrie: Ihr wird immer wieder vorgeworfen, nicht innovativ genug zu sein. Stimmt das oder sind das nur Parolen?**

Ich bin vor zehn Jahren als Informatikerin und IT-Expertin in die Automotive-Branche gekommen, auch aus der Überzeugung, dass es eine sehr starke und innovative Branche ist. Seitdem bin ich Teil dieser Branche und immer noch davon überzeugt, dass das stimmt. Wir arbeiten bei Continental mit über 42.000 Ingenieur:innen an unterschiedlichsten Innovationen. Wenn man das auf die gesamte Branche überträgt, kann ich mit voller Überzeugung sagen: Wir arbeiten an der Mobilität von mor-

gen! Diese zu gestalten liegt in unserer Hand. Die Innovationskraft dieser Branche kann ich deshalb nur bestätigen.

**Welche Rolle spielen bei diesen Innovationen Daten, KI und Data Analytics?**

Aus meiner Perspektive sehe ich beim Thema KI und Data einen Mix aus Faszination, Enthusiasmus und Begeisterung, aber auch einen gesunden Pragmatismus. An welcher Stelle helfen uns diese Technologien tatsächlich? Wir gehen das bei Continental sehr systematisch an: Wir schauen uns genau an, welche Produkte und Prozesse Daten produzieren und welche Prozesse von KI profitieren. Situativ und je nach Anwendungsfall können wir dann KI-Methoden entwickeln, um etwas zu verbessern. Die Rolle, die Daten und KI heute spielen, ist vergleichbar mit der Rolle der Digitalisierung vor 20, 30 Jahren – ‚the next big thing‘. Wir erleben eine Verlagerung der Aufmerksamkeit: Die Arbeit, die von Menschen wahrgenommen wird, ist mittlerweile eine andere, hochwertigere Arbeit. Die Routinearbeit, also das, was repetitiv vorkommt und trotzdem erledigt

werden muss, wird Maschinen überlassen. Die Aufgabenteilung zwischen Mensch und Maschine verändert sich, wobei die Maschine durch Daten und KI immer besser den Menschen unterstützen kann.

**Darum geht es ja auch bei unserem gemeinsamen Projekt KI-Wissen. Was ist neu an diesen hybriden Architekturen und damit auch an dem Forschungsthema für das Projekt KI-Wissen?**

Ein Begriff, den man immer wieder im Rahmen des Projekts hört, ist die ‚dritte Welle der Künstlichen Intelligenz‘. Natürlich kommt dann immer die Frage, welche denn die anderen zwei sind. Die erste Welle der Künstlichen Intelligenz ist die regelbasierte KI, entstanden in den 50er Jahren. Damals war der Gedanke, dass wenn man nur genug Regeln, die unsere Welt beschreiben, aufstellt und sammelt, man Systeme erzeugen kann, die intelligente Schlüsse und Vorhersagen über diese Welt treffen können. Das funktioniert bis zu einem Punkt gut; so wurden zum Beispiel Computerprogramme entwickelt, die besser Schach spielen können als der Mensch. Auch viele Fahrassistenzsysteme wie ‚Emergency Breaking Assistenten‘ oder ‚Adaptive Cruise Control‘ sind noch rein regelbasiert. Mit zunehmender Komplexität skaliert dieser Ansatz aber nicht mehr. Wir können die Welt nicht allein durch Regeln beschreiben und erfassen. Auch die Verarbeitung von hochdimensionalen Daten wie Bildern funktioniert damit nicht mehr.

**Es folgt also die zweite Welle.**

Genau, so ist die zweite Welle der KI hinzugekommen, die datengetriebene KI. Vor allem neuronale Netze haben die Nachteile der regelbasierten KI nicht mehr. Der Algorithmus wird hier nicht mehr von Menschen vorgegeben und programmiert, sondern aus Daten gelernt. Damit können wir zum ers-

ten Mal effizient mit Bild- und Sprachdaten arbeiten und komplexe Aufgabenstellungen lösen, die sich nicht durch Regeln beschreiben lassen. Gleichzeitig handeln wir uns aber auch neue Nachteile ein: Tiefe neuronale Netze sind in der Regel ‚Blackbox-Systeme‘, die nicht so leicht zu verstehen sind wie regelbasierte Systeme. Tiefe neuronale Netze sind zudem sehr datenhungrig und verallgemeinern sehr schlecht, vor allem bei Situationen, auf die sie nicht trainiert wurden. Was unternimmt man dagegen? Wir sind im Projekt KI-Wissen zusammengekommen und arbeiten an der dritten Welle der KI.

**Das heißt?**

Kombiniert man die Vorteile der beiden Ansätze, eliminiert man damit ihre Nachteile. Wir wollen Regeln und menschliches Vorwissen direkt mit in das Training aufnehmen und in neuronale Netze miteinprogrammieren. Davon versprechen wir uns mehrere Vorteile: Die Regeln gelten immer, auch wenn keine Trainingsdaten verfügbar sind oder die Verteilung der Trainingsdaten nicht zur Realität passt. So kann das neuronale Netz besser generalisieren. Wir versprechen uns Kosten- und Zeitersparnis, weil wir weniger Trainingsdaten brauchen, wenn wir Vorwissen konkret in das Training oder die Architektur eines neuronalen Netztes einbringen können. Zum Beispiel müssen wir nicht aus Daten lernen, dass an einem Stoppschild angehalten wird. Das kann man auch als Regel vorprogrammieren. Zuletzt versprechen

wir uns auch eine bessere Erklärbarkeit und Absicherung von KI-Komponenten. Das ist nach wie vor eine offene Baustelle, die hoffentlich durch die dritte Welle der künstlichen Intelligenz abgeschlossen wird. Die Kombination aus der regelbasierten und datengetriebenen KI stellt die dritte Welle der

künstlichen Intelligenz dar. Das wollen wir nutzen, um autonomes Fahren auf die Straße zu bringen.

**Gibt es konkrete Anwendungsfälle, auf die Ihr Euch konzentriert?**

Das Projekt läuft jetzt seit gut einem Jahr und hat sich im ersten Jahr der Untersuchung möglicher Konzepte zur Integration und Extraktion von Wissen in und aus KI-Funktionen gewidmet. Wir haben Konzepte untersucht, wie wir wissen und überprüfen können, dass sich eine KI konform zu diesen Regeln verhält. Beeindruckend dabei ist, wie vielfältig die Methoden und Ansätze sind, die alle Partner beigesteuert haben. Im zweiten Projektjahr liegt der Fokus darauf, die vielversprechendsten Methoden zu implementieren und erstmal im Rahmen von drei Anwendungsfällen zu evaluieren: Fußgänger-Erkennung bei Sichtbehinderung, komplexe Fahrspurwechsel und kontrollierte Regelausnahmen. Da wollen wir den Menschen besser imitieren. Der Mensch bricht manchmal die Regeln und fährt beispielsweise über eine durchgezogene Linie, wenn die Spur durch ein Hindernis wie einen Lieferwagen blockiert ist. Solche kontrollierten Regelausnahmen müssen wir auch der KI erlauben. Auch wenn diese Implementierungen noch am Anfang stehen, können wir jetzt schon teilweise große Fortschritte im Projekt sehen. Unter Einbeziehung von Wissen können wir mittlerweile vorhersagen, in welche Richtungen sich Fahrzeuge bewegen können und damit den zeitlichen Vorhersagehorizont deutlich erweitern. Das ist zwar noch nicht das Ziel, es sind aber schon deutliche Fortschritte erzielt worden.

**Kann man schon absehen, ob Komponenten von Euren Entwicklungen auch wirklich in den Produkten zum autonomen Fahren landen? Bringen sie uns dem Ziel des autonomen Fahrens näher?**

Unser Projekt KI-Wissen läuft noch über ein einhalbes Jahr, insgesamt sind drei Jahre für das Pro-

**„ Wir müssen aus Freude am Gewinnen handeln, nicht aus Angst zu verlieren.“**

jekt veranschlagt. Am Ende wird es einen Wettbewerb zwischen allen Projektpartnern geben, um zu sehen, welche Methoden der Wissensnutzung in einer datengetriebenen KI am besten funktionieren – beispielweise zur Verbesserung der funktionalen Güte oder zur Datensparsamkeit. Bei der Vielfalt an Methoden wird es sicher nicht einen Gewinner geben, sondern einen ganzen Baukasten an Methoden und Arten der Wissensrepräsentation, den die deutsche Automobilindustrie nutzen können. Es wird also sehr viel sein, was wir gemeinsam erreicht haben werden.

**Ihr arbeitet in dem Projekt KI-Wissen in einem sehr großen Konsortium mit vielen Playern im deutschen Markt an einem Ziel zusammen. Ist das ein Anzeichen für einen Kulturwandel in der deutschen Automobilindustrie?**

Die ‚Sharing-Community‘, die dort entstanden ist, sehen wir tatsächlich als einen Kulturwandel. „Durch Kooperation an die Spitze“ lautet die Vision der Leitinitiative – und diese Vision teilen wir. Ich mag den Spruch: „Wenn man schnell sein möchte, läuft man allein. Wenn man weit kommen will, muss man das gemeinsam tun.“ Das möchten wir im Projekt KI-Wissen auch leben. Damit es dazu kommt, geben alle Partner im Konsortium ihr Bestes. Fakt ist, dass der Nutzen der KI erst dann entsteht, wenn wir geschickt zentrale und dezentrale, gemeinsame und unternehmensspezifische Aktivitäten kombinieren. Es kommt also darauf an, ob und wie schnell es uns gelingt, diese Arten von Aktivitäten zu kombinieren. Wir arbeiten also auch deshalb zusammen, damit jeder Projektpartner am Ende eine bessere Ausgangslage im globalen Wettbewerb hat.

**„ Wenn man schnell sein möchte, läuft man allein. Wenn man weit kommen will, muss man das gemeinsam tun.“**

**Was müssen wir in Deutschland und Europa weiterhin tun, damit wir im Bereich KI digital souverän bleiben und den Anschluss nicht verpassen?**

Generell bin ich davon überzeugt, dass wir – unabhängig von der geographischen Lage – aus Freude am Gewinnen und nicht aus Angst zu verlieren handeln müssen. Der erste notwendige Schritt dafür ist, sich einzubringen und mitzugestalten. Das machen wir; und zwar als Continental AG und als global denkende und agierende Automobilindustrie. Auf dem Weg müssen wir bleiben, denn Wettbewerb beflügelt das Geschäft. Konkret sehe ich im Bereich Daten und KI mehrere Ansatzpunkte und ‚To-dos‘ für uns als Community: Wir müssen die Zusammenarbeit im Ökosystem intensivieren, den Zugang zu Daten von gemeinsamer Relevanz herstellen, performante Rechenkapazitäten als Teil der digitalen Grundversorgung angehen sowie Open-Source-Initiativen für die Entwicklung von mächtigen neuronalen Netzen antreiben. Das sehe ich als gemeinsame Baustellen für uns alle, sowohl in

der Automobil-Industrie als auch auf globaler Ebene. Überall entstehen „kleine Feuer“, die am Ende zu einer großen Disruption, auch bei Continental, führen werden.

**Das Motto Deiner E-Mail-Signatur lautet ‚AI for better human lives‘. Was heißt das für Dich und was muss man tun, um das auch wirklich zu gewährleisten?**

Ich bin davon überzeugt, dass KI das Werkzeug ist, mit dem wir eine positive Wirkung in der Welt erzielen können. Fairness, Nachhaltigkeit, Dekarbonisierung – die globalen Ziele, die wir alle verfolgen, werden durch KI und die Möglichkeit der Rekonstruktion eines globalen Kontextes durch große Datenmengen realisierbar.

**Wir arbeiten jetzt seit gut einem Jahr beim Projekt KI-Wissen zusammen – was macht aus Deiner Sicht die Zusammenarbeit mit dem Team von [at] aus?**

Ich habe dazu mein Team befragt, die sind nämlich täglich mit den Kolleg:innen von [at] in Kontakt. Sie haben mir drei Punkte genannt, die auch von mir hätten stammen können: Ihr zeichnet euch durch eine enorm hohe Fachkompetenz aus, engagiert euch sehr stark im Konsortium und bringt innovative Ideen ins Projekt ein – also der ideale Projektpartner, wie ich finde.

**Dr. rer. nat.  
Corina Apache,**  
Program Head Artificial  
Intelligence and Data  
bei Continental

Das ganze  
Interview im Video





**together on  
the ridges**



ppl\_count 3



# ICH VERPASSE UNSERER FIRMA AUGEN UND OHREN

**FRANK MORITZ ist Head of Data Governance bei [at] und einer der Mitstreiter erster Stunde. Im Interview erzählt Frank, weshalb ihn die Suche nach der Wahrheit antreibt, warum es ohne BMW [at] heute nicht gäbe und was es mit seinem Anzug-Foto aus den Gründungstagen auf sich hat.**

## **Alexander Thamm – was schießt Dir da spontan in den Kopf?**

Meine erste Assoziation mit Alexander Thamm, der Person und Firma, ist: „Keine halben Sachen“. Und der Mut, groß zu denken. „Think Big!“ hat Alex zu Beginn immer ein bisschen scherzhaft gesagt, aber da war viel Wahres dran.

## **Du bist Head of Data Governance. Wie würdest Du Deinen Job Deinem Kind erklären?**

Als Head of Data Governance verpasse unserer Firma Augen und Ohren. Ich Sorge also dafür, dass wir Daten hören, sehen und lesen können. Das Thema Data Governance bedeutet, dass wir alles tun, damit vorhandene Daten sicher, privat, akkurat, präzise und nutzbar bleiben. Das betrifft die

verwendete Technik, die involvierten Personen sowie Prozesse und Maßnahmen. Wenn ich Daten habe, muss ich mich früher oder später auch fragen: „Wie gehe ich damit um?“ Wenn man das methodisch angeht, ist das ‚in a nutshell‘, Data Governance.

## **Was ist dein persönlicher Antrieb?**

Mein persönlicher Antrieb ist im Kern seit Anfang an gleichgeblieben. Man hat mit unserer Arbeit die Möglichkeit, reinen Mutmaßungen und Meinungen Zahlen, Fakten und Informationen gegenüberzustellen. So hat man die Möglichkeit, der „Wahrheit“ ein ganz kleines Stück näher zu kommen. Das ist erfrischend in unserer Zeit, in der viele Leute viele Meinungen haben, aber Daten und Fakten sind transparent und unbestechlich. Man kann so die Emotionen aus manchmal hitzigen Debatten nehmen. Die Suche nach der Wahrheit oder dabei zu helfen,

der Wahrheit näher zu kommen – das ist mein persönlicher Antrieb. Das wird auch nach über zehn Jahren für mich nicht langweilig.

## **Du bist von Anfang an dabei – wie hat alles angefangen mit Dir, Alex und [at]?**

Angefangen hat es alles im Umfeld unseres am Anfang wichtigsten Kunden: BMW. Die Data-Mining-Community war damals noch recht klein, Alex und Ich waren als Freelancer in diesem Bereich bei BMW im Einsatz, und irgendwann habe ich ein Projekt nicht mehr selbst weiterführen können und habe überlegt:

Wer könnte das Projekt weiterführen? Wie der Zufall so wollte, hatte ich ein paar Wochen vorher Alex bei einem After-Work-Meetup getroffen, ganz casual ohne Hintergedanken. Zwei, drei Wochen später kam dann die Projektanfrage und ich dachte sofort an Alex. Wir haben das Thema dann an Alex übergeben und ab da ging alles sofort ganz unkompliziert.

**„ Es kann nur Deine Firma werden, in der Du am liebsten arbeitest, wenn Du aktiv dazu beisteuerst.“**



ziert. Alex hat es sogar geschafft, dass ich, obwohl ich offiziell gar nicht im Projekt war, in dem Projekt mitarbeiten konnte. So habe ich Alex das erste Mal kennengelernt und irgendwann war man dann eine Truppe, die Alex unter dem „Mantel“ [at] vereint hat. In der Konstellation haben wir uns dann vom damaligen Auftraggeber – gegen seinen Willen (lacht) – losgelöst. Das war auch ein „rocky start“. Ich erinnere mich noch an einen Anruf von Alex, als er sagte: „Du, Frank, das könnte auch alles noch in die Hose gehen...“. Das weiß ich noch wie heute (schmunzelt). Er hat es aber immer geschafft, dass wir am Ball bleiben – der Rest ist eine Erfolgsgeschichte.

### **Im Vergleich von damals zu heute – was hat sich bei [at] am radikalsten verändert?**

Im Vergleich zur Anfangsphase hat sich der Grad an Professionalisierung und damit auch der Spezialisierung stark geändert. Wir haben jetzt Leute, die absolute Experten in ihrem Bereich sind. Das war am Anfang nicht möglich. So wussten wir am Anfang gar nicht, was unser Bereich eigentlich ist und wie er sich entwickelt. Es gab Projekte, da waren wir genau einen Tag schlauer als der Kunde. Das kann man nicht immer so machen, am Anfang war es aber sinnvoll und nötig. Im Laufe der Zeit haben wir unser Geschäft und den Markt besser verstanden und können jetzt Spezialisten viel gezielter dazu holen. Das führt zu einer massiven Professionalisierung in allen möglichen Bereich, da wundert man sich manchmal über die Wachstumsgeschwindigkeit und wie viele Kolleg:innen heute für Aufgaben da sind, von denen ich nicht einmal wusste, dass es sie im Unternehmen gibt.

### **Wo stehen wir heute und was macht für Dich die Beratung der Zukunft aus?**

Für mich geht die Zukunft der Beratung hoffentlich in einen Modus, wo man wirklich auf Augenhöhe zusammen in Projekten mit den Kund:innen arbeiten kann. Wo jeder seine Stärken einbringen kann und wo die

Grenzen zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer noch stärker verschwimmen. Die Geschwindigkeitsverluste, die man noch hat, im Sinne von: ‚Du bist Kunde, Du bist Auftragnehmer‘, die sind noch erheblich, wie ich finde. Wenn man noch stärker in so einen Modus käme, dann könnten wir unsere bisherigen Stärken auch besser ausspielen – nämlich mit offenen Karten zu spielen, den Kund:innen auf Augenhöhe zu begegnen und Schwierigkeiten offen anzusprechen. Wir machen schließlich auch schwierige und anspruchsvolle Projekte, die nicht ausnahmslos erfolgreich sein können. Wenn man dem Projekterfolg noch mehr verpflichtet wäre und Informationen und Fähigkeiten besser austauschen könnte, das würde mir gut gefallen.

### **Wir sagen gerne: „[at] ist das, was du draus machst!“ – was machst Du aus dem Spruch?**

Für mich ist das eine klare Aufforderung, diese Gestaltungsfreiheit auch anzunehmen. Oft genug wird dieser entscheidende Schritt nicht gemacht, die gewährte Freiheit auch auszunutzen. Das klingt vielleicht merkwürdig, aber: Es kann nur Deine Firma werden, in der Du am liebsten arbeitest, wenn Du aktiv dazu beisteuerst. Wenn Du die Freiheit nutzt, auch auf die Gefahr hin, dass Du mal übers Ziel hinauszuschießt. Dann wird man Dir das freundlich mitteilen (lacht). Aber dieses Potential zu nutzen, das ist nicht nur eine Hülse oder Floskel, sondern etwas, dass man wirklich merkt. Das ist es für mich – und funktioniert nur, wenn man selbst aktiv wird.

### **Was möchtest Du neuen Kolleg:innen mit auf den Weg geben, damit sie sich hier schnell zurechtfinden?**

Die Tipps, die ich neuen Kolleg:innen mitgeben würde und tatsächlich auch schon länger mitgebe, seit ich Verantwortung für das Traineeprogramm

„ *Es gab Projekte, da waren wir genau einen Tag schlauer als der Kunde.*

habe, sind: Stelle Fragen! Zweiter Tipp: Es gibt keine dummen Fragen! Dritter Tipp: Stelle die vermeintlich dummen Fragen erst recht. Der einzige Kardinalfehler ist, keine Fragen zu stellen und zu glauben, ich müsste es eigentlich wissen, weil ich dafür eingestellt bin oder weil ich schlau bin. Stelle die scheinbar dummen Fragen, auch wenn sie manchmal so aussehen, als wären sie es.

### **Kannst Du uns als Gründungsmitglied eine lustige Story verraten, die Du mit Alex erlebt hast?**

Im Prinzip der gesamte Umstand, wie wir versucht haben als blutjunge Quereinsteiger im seriösen Umfeld von BMW unsere Jugend durch Anzugtragen zu überspielen und Seriosität vorzugaukeln. Die Business-Fotos, die da entstanden sind, sind rückblickend wirklich erheiternd [Anm. d. Red.: man beachte das Bild, dass uns Frank zur Verfügung gestellt hat]. Mich wundert, dass wir trotz dieser Fotos, trotz dieses Auftretens, Erfolg hatten. Wir haben dann aber auch relativ schnell erkannt, dass das nicht wir oder [at] sind.



Das ganze Interview im Video



Frank Moritz,  
Head of  
Data Governance

# EGAL WO DU WOHNST – HAUPTSACHE, DU PASST ZU UNS

**Im Gespräch mit FRANZISKA SCHROPP, Chief People Officer, erfahren wir, was [at] im Recruiting neuer Mitarbeitender wichtig ist, weshalb wir keine KI im Recruiting verwenden und für welches [at]-Privileg sie besonders dankbar ist.**

**Wenn Du an Alexander Thamm denkst – egal ob Person oder Firma –, was ist Deine erste spontane Assoziation?**

Sowohl bei Alex als Person und der Firma ist meine erste Assoziation: Leidenschaft! Das klingt total nach Klischee (lacht). Aber tatsächlich war die Leidenschaft von Alex in unserem Bewerbungsgespräch ein ausschlaggebender Punkt, wieso ich mich damals für [at] entschieden habe. Das hat sich durch meine gesamte Zeit bei [at] gezogen. Man merkt es auch im Unternehmen: Alex trägt diese Leidenschaft in die Firma und man spürt, dass die Menschen mit echter Leidenschaft an ihren Themen arbeiten.

**Du bist bei [at] Chief People Officer – was liebst Du an Deinem Job?**

Als Chief People Officer bin ich aktuell für drei

große Abteilungen zuständig und erfreulicherweise sitzen wir „oben mit am Tisch“ – was für eine Beratung an sich und ganz allgemein in Unternehmen nicht unbedingt selbstverständlich ist. Ich bin erst 2019 bei [at] gestartet, ohne 20 Jahre Berufserfahrung zu haben, und mir wurde trotzdem die Chance gegeben, in diese Rolle hineinzuwachsen. Aktuell habe ich ein Team von 20 Kolleginnen unter mir und bin sehr dankbar, dass ich dieses Team mit sehr smarten, ambitionierten und tollen Frauen leiten darf. Ich mag auch die HR-Arbeit sehr gerne, denn für mich sind die Menschen das Wichtigste in einem Unternehmen. Dass ich dafür sorgen kann, die Leute zu finden, zu halten, auszubilden und dass sie Spaß haben, bei uns zu arbeiten – das macht mir selbst extrem viel Spaß.

**Welche Vision hast Du aus People- und HR-Perspektive für [at]?**

Meine People-Vision für [at]: dass wir immer [at] bleiben und unsere Kultur auch in zehn Jahren noch so leben wie bisher. Neben der technischen Exzellenz sind unsere allergrößten Stärken unsere Kul-

tur, unsere Werte und unsere Prinzipien. Wir haben eine außergewöhnliche Arbeitsatmosphäre, die wir auch in Zukunft mit unserem rasanten Wachstum aufrechterhalten und beibehalten wollen. Wir legen Wert darauf, ein familienfreundliches Unternehmen zu sein und wollen die Flexibilität bieten, um Arbeits- und Privatleben bestmöglich miteinander zu vereinbaren. Das bedeutet, wir bieten unseren Mitarbeitenden ein hybrides Arbeitsmodell, was Mobile-Work-Möglichkeiten in ganz Europa einschließt. In die Zukunft geschaut, wollen wir aber auch die Büros in ganz Europa, in denen wir gerne zusammenkommen und werden ebenso europaweit data.castles für Workation und Offsites bieten.

**Mobile Work wird bei [at] bereits gelebt – gibt es eine schöne Anekdote, die Du uns verraten kannst?**

Ein persönliches Beispiel, das mir sehr viel Freude macht: Ich habe die Möglichkeit von meinen Eltern aus zu arbeiten. Sie wohnen in den Bergen in der Nähe von Garmisch-Partenkirchen und ich genieße es sehr, morgens mit ihnen gemeinsam zu frühstücken und abends den Laptop zuzuklappen und

eine Runde wandern zu gehen – das ist für mich ein echtes Privileg. Wir ermöglichen auch das Arbeiten im EU-Ausland und da erlebt man immer wieder coole Storys, wo jemand am Strand in Spanien mit seinem Laptop sitzt und dieses Sommer-Feeling auch in die Teammeetings transportiert.

### **Welche Rolle spielt dieses hybride Arbeitsmodell für das Recruiting?**

Mobile-Work und flexible Arbeitszeitgestaltung sind für das Recruiting sehr wichtig und werden auch immer öfter nachgefragt. Wir legen großen Wert darauf, Mitarbeiter:innen nach Qualifikation und Fit zur Unternehmenskultur auswählen und nicht nach ihrem aktuellen Wohnort. Wir wollen die Leute, die zu [at] passen. Manche sagen: Von den Netten, wollen sie die Guten, wir bei [at] suchen von den Guten die Netten. Ob jemand in München, Köln oder in einem winzigen Dorf an der Ostsee wohnt, ist uns egal – jede und jeder kann arbeiten, wo sie oder er es möchte. Das eröffnet uns auch mehr Möglichkeiten, gute Leute reinzuholen.

### **Wenn sich jetzt jemand bewerben möchte – welche Tipps kannst Du Bewerber:innen an die Hand geben? Worauf achtet Ihr beim Recruiting?**

Wir achten drauf, dass Bewerber:innen zu uns passen. Das klingt jetzt ein bisschen klischeehaft, aber wir achten wirklich auf Authentizität – daher mein einziger Tipp: sei einfach Du selbst! Dabei spielt Ehrlichkeit eine große Rolle: Wir wollen die Bewerber:innen als Mensch kennenlernen und sehen, ob sie zu unserer Unternehmenskultur passen. Natürlich sind auch passende technische Fähigkeiten ein Auswahlkriterium – aber wichtiger ist uns die Motivation der Bewerber:innen und ob sie ein langfristiges Arbeitsverhältnis anstreben. Das Wichtigste im Bewerbungsprozess ist daher aufrichtig und ehrlich zu sagen, was man sucht und was man möchte.

### **Wir wollen in den nächsten ein bis zwei Jahren auf 500 Mitarbeitende wachsen. Wie gelingt es, bei so einem starken Wachstum die Kultur zu erhalten?**

Um unsere Unternehmenskultur während diesem starken Wachstum aufrechtzuerhalten, ist es wichtig, dass wir uns immer wieder hinterfragen und reflektieren. Man sagt ja so schön: „Der Fisch stinkt vom Kopf“ – das heißt, diese Kultur muss auch vom Management und im Leadership vorgelebt werden und gewollt sein. Unternehmenskultur kann nur dann bestehen, wenn sie als Prozess aktiv und reflektiert betrachtet wird und einen hohen Stellenwert im Management einnimmt.

### **Wie stehst Du zum Thema Data und KI im HR-Bereich?**

Data und KI im HR-Bereich ist ein zweiseitiges Schwert: Auf der einen Seite ist es supercool, dass wir Data-Themen wie Dashboard, Visualisierungen und ähnliches gut ausarbeiten können. Aktuell arbeiten wir beispielsweise daran, ein Controlling-Dashboard zu entwickeln, das es allen Mitarbeiter:innen ermöglicht, einen guten Überblick über die relevanten People-Daten in der Firma zu erhalten. Auf der anderen Seite gibt es sehr viele Trends beim Thema „KI im Recruiting“, wie beispielsweise automatisches Selektieren oder People-Analytics. Dies muss man aus meiner Sicht aber mit Vorsicht handhaben. Wir verwenden aktuell keine KI im Recruiting, weil wir großen Wert auf die menschliche Ebene legen und Sorge haben, dass wir gute Kandidat:innen mit großem Potenzial übersehen würden, wenn die Auswahl durch einen Algorithmus stattfände. Im Recruiting verzichten wir daher bewusst auf den Einsatz von KI.

„*Andere wollen von den Guten die Netten, wir wollen von den Netten die Guten.*“

### **Zum Abschluss, verrate uns noch ein paar 'Internas': Hast Du eine lustige Story mit Alex erlebt?**

Alex ist ein sehr sozialer Mensch, ist sehr kommunikativ und hat ein authentisches Interesse an seinen Mitmenschen. Dabei ist es ihm egal, welche Position oder welchen Background jemand hat. Er ist immer neugierig auf Austausch, neue Ideen und ist immer auch gerne auf Feiern vertreten und dort als DJ aktiv. Was ich dabei sehr beeindruckend finde: Egal wie lange er abends unterwegs ist – am nächsten Tag steht er um acht in der Früh geschneigelt und gestriegelt parat und kann höchst professionell seine Termine wahrnehmen. Diese Eigenschaft wünsche ich mir für mich selbst auch (lacht).

### **Gibt es ein persönliches Highlight aus Deiner Zeit bei [at]?**

Ich hatte so viele coole Erlebnisse bei [at] ... viele mit meinem Team! Unser letzter Team-Workshop im data.castle in Kaltenbach zum Beispiel: Wir haben dort gemeinsam unsere „Vision 2025“ für das People-Team erarbeitet. Ich verfolge einen sehr demokratischen Führungsstil – ich hoffe, mein Team stimmt mir da zu (lacht) –, und so haben wir vier Sub-Teams aufgestellt, um die Skalierbarkeit bis 2025 bewältigen zu können. Dieses Gefühl, dass das gesamte Team am Ende hinter dem Projekt stand, mit dem Ergebnis zufrieden war und den Fahrplan unterstützt – das war für mich ein sehr schöner Moment...

Das ganze Interview im Video ▶



„ Ich habe schon mit vielen Organisationen und Firmen zusammengearbeitet und das Maß an Geradlinigkeit und Präzision bei der eigentlichen Arbeit hat mich wirklich sehr beeindruckt. Es kommt einfach rüber, dass die Leute Spaß haben.

Dr. Nicolas Flores-Herr, Projektleiter OpenGPT-X



„ Maintain the spirit of the tribes, even as [at] grows into a global enterprise with hundreds of happy, satisfied customers. That's my wish for [at]'s next decade.

Abel Archundia, Managing Director - Global Life Sciences & Industrial at ISTAR Global



„ Die [at] Dachterrasse ist einfach der ‚Place to Be‘ für einen entspannte Zeit mit den Kolleg:innen – egal ob beim Grillen, feiern oder Kaffee trinken. Auf dass das so bleibt: Alles Gute für die nächsten zehn Jahre.

Jakob Faßnacht-Ohnesorge



„ Die ganzen coolen Leute und Prinzipien beibehalten und wachsen – das wünsche ich [at] für das nächste Jahrzehnt.

Victor Alexandru Grigoroiu

„ [at] wünsche ich, dass sich weiterhin so gut um das Wohl der Mitarbeiter:innen gekümmert wird. Damit bleiben wir so produktiv und motiviert wie jetzt.

Alina Dobrovolska



„ Für die nächsten zehn Jahre wünsche ich [at] viele weitere Beratungsmandate und Wachstum. Mit [at] kommt KI in mehr Unternehmen an und trägt dort produktiv zur Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit bei.

Prof. Dr. Patrick Glauner, bei [at] Head of Data Academy, heute Professor für Artificial Intelligence am Deggendorf Institute of Technology



„ Uns stehen viel Wandel und neue Herausforderungen bevor, für die ich mir wünsche, dass wir sie mit den vorhandenen Mitteln managen und bewältigen können. Ich hoffe, dass wir die dafür benötigten Strukturen aufbauen können.

Oliver Rosenhahn



„ Keep growing [at]!  
Andrés Sánchez

„ Viel Mut, eine weiterhin wachsende Community an supersmarten und engagierten Leuten, starke Partner:innen, spannende Projekte und vor allem viel Spaß!

Sarah Phillip



„ Ich wünsche [at] weiterhin spannende Projekte im Bereich Data, die [at]-Culture so weiterzuleben und einen weiteren [at]-Standort – natürlich am Strand in Italien.

Maria Caracciolo



„ Ich wünsche [at] alles Gute zum Zehnjährigen und freue mich, dass ich zumindest die Hälfte dieser Zeit aktiv mitgestalten konnte. Es ist unglaublich, wie sich das Unternehmen von Tag zu Tag weiterentwickelt, insbesondere durch die Beteiligung aller data.musketeers. Ich hoffe dieser Spirit wird immer so bleiben. [at] ist, was du daraus machst!

Jannes Lojkasek



alexanderthamm

„ Wir wünschen [at], dass die „Green-Data-Journey“ auch in den nächsten zehn Jahren so erfolgreich ist. Denn wir schätzen ihren engagierten Einsatz im sozialen und nachhaltigen Bereich sehr.

Christian Grundmann, Stellvertretende Bereichsleitung bei Green City e.V.



„ Glückwunsch zu zehn erfolgreichen Jahren [at] und auf viele Weitere mit unserem unverwechselbaren Spirit, Zusammenhalt und unaufhaltsamen Wachstum & Elan!

Nida Lovchev



„ Ich wünsche [at], dass sie von der ersten und führenden Data Science & KI-Beratung in Deutschland in den nächsten 10 Jahren zur führenden in Europa wächst und uns allen, dass sie erfolgreich auf Ihrer Mission sein wird, Europa zurück auf die KI-Landkarte zu bringen!

Christian Van Alphen



„ Ich wünsche [at] weiterhin alles Gute und viel Erfolg. Cheers auf alle data.musketeers, die das Team und damit den [at]-Spirit täglich aufbauen und das Beste daraus machen!

Francisca Braga da Cruz

# OHNE MENSCHEN WIRD ES NIE FUNKTIONIEREN

**OLIVER ROSENHAHN, unser Head of IT, verrät uns im Gespräch, was [at] so erfolgreich macht, warum er privat nicht auf Smart Home setzt und welches „Projekt“ zu einer Überschwemmung geführt hat.**

**Lieber Oliver, Du bist seit 10 Jahren bei [at]. Deine Rolle: Head of IT. Wie erklärst Du Deinen Kindern Deinen Job?**

Um meine Tätigkeit ganz banal auf den Punkt zu bringen, ich kümmere mich darum, dass unsere Mitarbeiter:innen jeden Tag ihren Job erledigen können. Wir kümmern uns darum, dass sie ihr Arbeits-Equipment haben, Telefonieren können und darum, dass die Dienste im Hintergrund funktionieren, die man braucht, um vernünftig zu arbeiten.

**Warum bist Du in die IT gegangen und was liebst Du daran?**

Ich habe Wirtschaftsinformatik studiert, habe also schon aus dem Studium heraus einen Informatik- bzw. IT-Hintergrund. Mir war es schon immer wichtig, dass unsere Consultants mit einer IT

arbeiten können, die sie nicht blockiert, sondern die sie in ihrer Tätigkeit unterstützt. So haben wir bei Kundenprojekten schon miterlebt, dass die IT oft eine Blockade für Innovationen ist, weil Prozesse oder Sicherheitsvorgaben unklar sind oder gewisse Prozesse schlichtweg nicht etabliert wurden. Auch Anschaffungskosten können ein Hindernis darstellen. Um solche Szenarien zu vermeiden, wollen wir unsere Mitarbeiter:innen effektiv in ihrer Arbeit unterstützen. Wir sind immer offen für neue Dinge und versuchen parallel dazu, die erforderlichen Prozesse einzubauen. ‚State of the Art‘ zu sein ist dabei mein Anspruch, immer in Hinblick darauf, für unsere Mitarbeiter:innen da zu sein und ihre Arbeit zu unterstützen.

**Stichwort: 10 Jahre [at] – woran denkst Du dabei?**

Wenn ich an [at] denke, habe ich zwei Gesichter vor Augen: Vor zehn Jahren hatten wir eher einen extrovertierten Charakter – ganz nach dem Motto ‚work hard, play hard‘. Es wurde gefühlt hart gearbeitet und hart gefeiert. Wenn ich an [at] heute denke, hat die Firma einen familiären, ruhigeren

Charakter. [at] hat über die Jahre hinweg einen Reifeprozess durchlebt und wurde strukturierter und konsolidierter.

**Wie hat alles angefangen und woher kennst Du Alex?**

Alex habe ich im Zuge meiner freiberuflichen Tätigkeit im Bereich Data Science kennengelernt. Wir haben für den selben Kunden gearbeitet. Auch weil es damals in Deutschland keine Dienstleister in diesem Bereich gab, hat Alex dann [at] gegründet. Ich bin also schon zu Beginn als Gründungsmitglied mit in die Firma eingestiegen und habe entsprechende Tätigkeiten im Unternehmen übernehmen dürfen, vor allem Consulting und IT-Aufgaben.

**Im Vergleich zu damals, was hat sich am stärksten verändert?**

In den vergangenen zehn Jahren habe ich sehr viele Veränderungen miterlebt. Darunter fallen das Probieren und Verwerfen von Prozessen, die Schaffung neuer und das Verändern bestehender Strukturen. Gerade im IT-Bereich haben wir viele

Neuerungen gehabt. Beispielsweise haben wir damals mit lokalen Sachen angefangen, mittlerweile sind wir im Office-360-Umfeld aktiv. Es gibt also immer wieder große Veränderungen, die man mitgehen muss. Das ist aber auch das Spannende: Man darf immer etwas Neues machen, etwas Neues lernen, neue Dingen mitkreieren und gestalten. Dadurch bleibt man am Ball, bleibt ‚State of the Art‘ – und es war uns als Firma immer wichtig, mit den neuesten Tools zu arbeiten, um immer auf dem neuesten Stand zu sein.

#### **Was macht [at] aus Deiner Sicht so erfolgreich?**

Ganz klar: Der wichtigste Erfolgsfaktor für [at] sind die Mitarbeiter:innen. Jede:r ist für sich betrachtet super und bringt ihre bzw. seine Stärken ein – sei es in der IT, in der Delivery, im Support, im Sales oder HR. Bei uns werden alle ermutigt, ihre Stärken und Ideen einzubringen. Der große Unterschied zwischen uns und anderen Firmen: unsere engagierten Mitarbeiter:innen. Das kann ich auch so unterschreiben – ohne ihr Engagement wäre unsere Firma nur halb so gut.

#### **Was würdest Du neuen Mitarbeitenden zum Einstieg mit auf den Weg geben?**

[at] ist eine offene Firma. Neue Mitarbeitende haben das Glück, nicht in ein Konzernkonstrukt zu geraten, sondern eine offene Unternehmenskultur erleben zu dürfen: Jede:r darf seine Meinung kundtun, Hierarchiedenken gibt es praktisch nicht und neue Ideen sind ausdrücklich gewünscht. Ein wichtiger Tipp für neue Mitarbeiter:innen, um auf der Arbeitsebene reinzukommen: Reden, Fragen stellen und gerne auch Themen und Ideen einbringen. Auf persönlicher Ebene gibt es viele Sport- und Freizeitange-

bote. Wir haben eine echte Community bei [at], die auch in der Freizeit gerne gemeinsam aktiv ist.

#### **Kannst Du uns eine unvergessliche Anekdote aus der Anfangszeit verraten?**

Spontan fallen mir bestimmt zehn lustige Geschichten aus der Anfangszeit ein. Eine vielleicht etwas weniger bekannte: Als wir aus dem Highlight Forum in die Highlight Towers umgezogen sind, musste das dortige Zwei-Personen-Büro für die Übergabe vorbereitet werden. Dazu gehörte u. a. das Streichen, was in einer Wochenend-Aktion mit viel Trinken und Beisammensein aus eigener Kraft versucht werden sollte. Die Betonung liegt dabei auf versucht, weil

das „Projekt“ letztendlich in einer Überschwemmung des Flurs endete und ein Maler für 1.000 € engagiert werden musste ...

#### **Wann übernehmen Computer und KI die Weltherrschaft?**

Ich bezweifle aus diversen Gründen, dass eine KI in Zukunft die Weltherrschaft übernehmen kann und wird. Es gibt zu viele Abhängigkeiten, die eine KI – heute und auch in Zukunft – nicht abdecken kann. Ein Beispiel: Wir hatten mal ein Großprojekt für einen Energieversorger, bei dem mittels KI die Vorhersage des Stromverbrauchs der nächsten Tage optimiert werden sollte. Wir konnten mit unserem Modell zwar das alte Modell schlagen, jedoch waren menschlichen Prognosen, aufgrund von „menschlichen Faktoren“ wie Berufserfahrung, noch genauer. KI sollte daher als Unterstützer akzeptiert, vorangetrieben und zu unserem besten Zweck genutzt werden – ohne Menschen wird es aber nie funktionieren.

„*Es war uns als Firma immer wichtig, mit den neuesten Tools zu arbeiten, um stets auf dem neuesten Stand zu sein.*“

#### **Was treibt Dich persönlich an?**

Ich finde es mega-spannend, in diesem dynamischen IT-Umfeld aktiv zu sein. So ist es mir sehr wichtig, dass die Firma arbeitsfähig bleibt; dass wir auch in Zeiten, wo das Thema der Cyber-Angriffe immer präsenter wird, zu einem sehr hohen Prozentsatz Sicherheit und Systemstabilität garantieren können. Das sind Themen, die mich persönlich antreiben und für die ich stehe.

#### **Zuhause bis Du ja eher „analog“ – wie kommt´s?**

Auf der Arbeit bin ich sehr fokussiert und froh darüber, dieser Tätigkeit nachgehen zu können. Zuhause möchte ich die Arbeit jedoch ruhen lassen und abschalten. Ich bin kein Mensch, der zuhause auf Smart Home setzt, sondern bin eher analog unterwegs. In meiner Freizeit bin ich eher der Familienschonk und Heimwerker. Da steht dann sowas wie Holzverarbeitung im Vordergrund – dann steh ich an der Hobelbank, das macht Spaß und beruhigt.



Oliver Rosenhahn,  
Head of IT

Das ganze  
Interview im Video

# L MUT ZUR PAUSE

**ELENA DANCHYSHYNA, Principal Data Visualisation Engineer, erzählt uns im Interview, welche „wahren Worte“ von Alex zu ihrem Titel geführt haben, was sie an ihren Job liebt und warum wir alle mal eine Auszeit brauchen.**

**Stichwort: 10 Jahre [at] – woran denkst Du dabei?**

Das Erste, was mir in den Kopf kommt, wenn ich an Alexander Thamm denke, ist Innovation, coole Ideen und natürlich die Begeisterung für Data Science. Ich glaube, ohne diese Begeisterung würde die Firma gar nicht existieren.

**Wie würdest Du Deinen Job jemand „fachfremden“ erklären?**

Gute Frage! Also die Job-Bezeichnung ‚Principal Data Visualisation Engineer‘ würde ich folgendermaßen erklären: Ich male die zukünftigen Dashboards, die später mit einer Technologie implementiert werden. Dieser Job ist also mit Kreativität verbunden, mit Malen und auch einer technischen Affinität.

**Was liebst Du an Deinem Job?**

Natürlich die Kreativität! In meinem Job kann man viel erleben, Neues gestalten und mitgestalten. Ich kann vielen Leuten dabei helfen, Einblicke in Daten zu bekommen, die ihnen vorher vielleicht nicht so bewusst waren; und natürlich dabei, die richtigen Entscheidungen mit Hilfe dieser Daten zu treffen.

**Was war das spannendste Projekt, an dem Du bisher mitgearbeitet hast?**

In jedem Projekt gibt es Möglichkeiten, etwas Neues zu lernen, neue Aspekte zu entdecken – sogar in Data Science und in der Visualisierung – und in jedem Projekt gibt es kleinere Überraschungen, die natürlich sehr spannend sind. Aber ich glaube, der Sinn und Zweck in unserem Leben, und auch in unserer Arbeit ist es, genau diese Herausforderungen zu überwinden. Etwas aus ihnen zu lernen und diese ‚Best Practices‘ im nächsten Projekt zu

implementieren. Das betrifft nicht nur die berufliche Entwicklung, sondern auch die Selbstentwicklung.

**Wie hat deine Karriere bei [at] angefangen?**

Mein Start bei der Alexander Thamm GmbH war am ersten Februar 2013. An meinem ersten Arbeitstag durfte ich bei dem Umzug der Firma helfen (lacht). Meine erste Aufgabe war, einen Laptop und einen Computer auszupacken und zusammenzubauen. Ich bin sehr spontan über eine Uni-Seite zu [at] gekommen. Das Interessante dabei: es war meine erste Bewerbung und die erste Firma, die ich angeschrieben habe. Nach kurzer

Zeit wurde ich eingeladen und mein erstes Gespräch war mit Olli, mit seinem sehr schönen Akzent (lacht). Und mein erster Gedanke war, wow, wenn alle so sprechen, dann muss ich mich sprachlich auch ein bisschen fit halten.

„ *Es gibt keine Limitationen und es gibt viel Gestaltungsraum.* „



### **Im Vergleich zu damals, was hat sich am stärksten verändert?**

Natürlich die Größe, aber auch an den Standards und Prozessen, die wir intern etabliert haben, lässt sich gut ablesen, was wir für einen unglaublichen Weg hin zu einer professionellen Firma zurückgelegt haben.

### **Und was hat sich nicht verändert?**

Der Spirit! Diese Atmosphäre, die da geschaffen wurde. Ich glaube, das ist auch ein Ziel, das weiter beizubehalten. Den Leuten die Möglichkeit zu bieten, auch im Beruf etwas anderes zu erleben, wo – trotz der Größe – alles familiär bleibt.

### **Wir sagen gern: „[at] ist, was Du draus machst.“ Was heißt das für dich?**

Das Erste, was mir dazu einfällt, ist: unendliche Möglichkeiten. Es gibt keine Limitationen und es gibt viel Gestaltungsraum. Ich persönlich mache viele Kunden-Experimente in den unterschiedlichsten Bereichen. Man kann viele Ideen schnell implementieren, oder zumindest ausprobieren und egal ob es funktioniert oder nicht, man hat ein Ergebnis. Das ist wie „lessons learned“.

### **Was würdest Du neuen Kolleg:innen zum Start mit auf den Weg geben?**

Als Erstes: Persönlichkeit einbringen. Wir haben hier eine familiäre Atmosphäre, die Leute sind offen und ich würde auch empfehlen, unser Musketier-Prinzip auszuleben. Das besagt ja, dass wir einander helfen und offen sind für Fragen, Challenges und Herausforderungen. Da würde ich empfehlen, ein bisschen Mut zu haben, Neues auszuprobieren, Ideen einzubringen und eben Persönlichkeit. Wir leben schließlich auch ‚Diversity‘, also Vielfältigkeit – nicht nur in den Projekten, sondern auch auf der ‚Persönlichkeits-Ebene‘. Wir haben unterschiedliche Nationalitäten in der Firma und es macht mir Spaß, andere Kulturen kennenzulernen. So ich erinnere mich an einen

Fall, wo ein Kollege aus Indien etwas in der Firma gekocht hat. Das war ein schönes Erlebnis, gemeinsam die Küche einer anderen Kulturen kennenzulernen und das Essen zu probieren. Neben dem alltäglichen Job auch so einen Spaß zu haben, finde ich sehr schön.

### **Was treibt Dich persönlich an?**

Meine Neugier für die Zukunft. So weit wie wir heute schon sind – was wird dann in zehn Jahren sein? Wenn alles automatisiert und digitalisiert wird, wohin können wir uns noch entwickeln? Ich glaube, das ist sehr spannend und das möchte ich auch erleben.

### **Kannst Du uns eine unvergessliche Anekdote aus der Anfangszeit verraten?**

(lacht) Ja, da habe ich eine lustige Geschichte. Ich glaube, es war meine dritte oder vierte Woche in der Arbeit. Ich kam ganz frisch von der Uni und wir hatten noch keine so richtige Spezialisierung in der Firma, also „wer macht was?“. Wir waren in einem Pitch bei einer Firma und dann hat Alex mich als Spezialistin für Data-Visualisierung vorgestellt (lacht). Dabei wusste ich vorher nicht, dass ich das machen werde – das ist mir in Erinnerung geblieben. Und nach einiger Zeit waren das „wahre Worte“. Das hat meine berufliche Richtung definiert.

### **... und das ist dann auch Dein Job geworden!**

(lacht) Ja, genau!

### **Was war Dein persönliches Highlight bei [at]?**

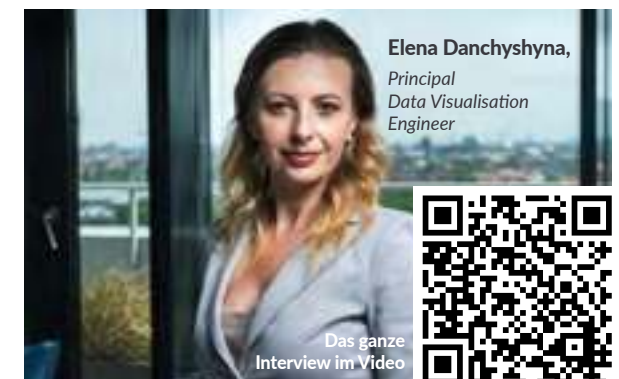
Was vielleicht nicht viele wissen: Ich habe nach fünf Jahren eine kleine Pause genommen. Es war schön, dass ich das managen und mit Alex absprechen konnte – auch wie meine berufliche Weiterentwicklung danach aussehen wird. Ich wollte mich in dem Bereich Data-Visualisierung spezialisieren und mich in Vollzeit

„**Meine Neugier auf die Zukunft treibt mich an.**“

dieser Richtung widmen. Davor habe ich eine kleine Pause genommen, bin nach Asien gereist und habe ein paar Monate auf Bali gelebt. Die Möglichkeit, so etwas machen zu können, war neu für mich. Aber ab und zu brauchen wir diese Pausen, um sich umzudrehen und zu schauen, was habe ich schon gemacht und wohin möchte ich überhaupt gehen. Bevor man läuft und läuft ... und dann feststellt, dass es die falsche Richtung war. Das sollte man auch in sich selbst spüren, dass man das braucht und in jedem Fall den Wunsch kommunizieren – die Lösung wird immer gefunden. Und von der Firma diese Möglichkeit zu bekommen, war für mich wirklich ein Highlight.

### **Was wünschst Du [at] für die nächsten 10 Jahre?**

Mein Wunsch für die nächsten zehn Jahre: den Spirit beibehalten und weiterentwickeln. Vielleicht den Leuten auch verstärkt die Möglichkeit geben, diesen Spirit zu erleben, beispielsweise bei Veranstaltungen – einfach mehr nach außen zu tragen. Wir haben so coole Ideen und so schöne Erfahrungen gemacht, das muss weitergegeben werden. Und natürlich sollten wir weiter den Bereich künstliche Intelligenz vorantreiben, denn ich denke, dass wir noch die Zeit erleben werden, wenn wir voll digital werden.



„ Hier bei [at] spürt man, dass alle Lust auf die Zukunft haben. Daher wünsche ich, dass wir in den zehn Jahren unserer Vision „Europa zu retten“, einen großen Schritt näherkommen.

Andreas Kyek



„ Der Spaß kommt nicht zu kurz, sei es beim Beachvolleyball, Kickern, Bouldern oder Afterwork-Drink – selbst in der Freizeit unternehme ich gerne was mit Kolleg:innen. Also: Bleib so wie du bist [at]!

Livia Kaiser



„ Vor fünf Jahren haben wir zusammen das DATA festival aus der Taufe gehoben und aus einer Idee ein Event geschaffen, das gleichzeitig viel Mehrwert stiftet und Spaß macht. Vor zehn Jahren war die gleiche unternehmerische Schaffenskraft mit ähnlichen Zielen am Werk und das Ergebnis ist mit der [at] eine der Erfolgsgeschichten der deutschen Data & KI Beraterlandschaft. Herzlichen Glückwunsch zu dieser Leistung und weitere erfolgreiche Jahre!

Dr. Carsten Bange, Geschäftsführer BARC

„ [at] macht das familiäre Verhältnis aus und wie wir alle miteinander umgehen. Daher ist es schön zu sehen, wie wir wachsen, aber die wichtigen Dinge sich nicht verändern.

Verena Gruber



„ Jeden Monat beim d[at]zn'u sieht man, was es für coole interne Initiativen bei [at] gibt, die gute Laune und lustigen GIFs es. Man spürt förmlich, wie [at] wächst und von allen mitgestaltet wird. Also, auf zehn mindestens genauso gute Jahre, cheers!

Henrik Maas



„ Unser kollegialer und spaßorientierter Vibe, der [at] ausmacht, geht hoffentlich nicht verloren. Daher ist mein Wunsch, dass [at] sich selbst treu bleibt. Das Unternehmen hat viel Potenzial und sollte vielleicht auch seine ganz eigenen Lösungen und Produkte entwickeln, statt nur Dienstleister zu sein – mit einer Menge Potential, Expertise und zufriedenen Musketeers.

Johannes Nagele



„ Den [at]-Spirit und Zusammenhalt, den wünsch ich mir zwischen den Kolleg:innen auch in Zukunft. Dann steht unseren nächsten zehn Jahren nichts mehr im Weg.  
Carina Stark



„ Danke für [at]'s Unterstützung bei unserer Journey zum etwas digitaleren Heavy Metal-Konzern. Mit grandioser Zusammenarbeit, vielen guten Sessions und viel Karaoke-Einsatz hoffe ich auf die nächsten zehn Jahre mit [at], in denen hoffentlich KI und [at] volljährig werden!  
Dr. Thomas Thiele, Chief Expert AI & Programm Manager House of AI, Deutsche Bahn



„ Die absolute Flexibilität macht [at] so besonders – man kann arbeiten, egal wo man ist. Daher wünsche ich, dass es in zehn Jahren das führende Beratungsunternehmen im Bereich KI ist, und zwar nicht nur in Europa.  
Jahed Naghipoor



„ Ich wünsche Alex Thamm Glück, Harmonie und Gesundheit! Und, dass Ihm seine Visionen erfüllt werden!  
Klaus Gasteiger, Bürgermeister Gemeinde Kaltenbach, Österreich

„ Ich hoffe [at] bleibt weiterhin ein so cooles Unternehmen und findet viele motivierte Mitarbeiter:innen, sodass es auch in Zukunft Spaß macht, mitzuwachsen und absolute Zukunftsthemen voranzutreiben.  
Marc Böggemann



„ Bewahrt euch die Kernelemente der Kultur bei, die euch erfolgreich gemacht haben und die ich in meiner Zeit bei [at] sehr geschätzt habe: Das Musketierprinzip, Neugier und Streben danach, das Richtige zu tun. Bewahrt euch den Kompass und den Ausblick, wohin das Schiff segelt.  
Andreas Hübner, bei [at] Principal Senior Data Scientist, heute Director Data & Analytics bei IFCO SYSTEMS

the mountains  
we`ve climbed



trvl\_dist\_years=10

0 1  
1 1 1  
0 1 1 0  
1 1 0 1 1  
0 1 1 1  
1 0 0 1  
1 0 0 1

# EUROPAS COOLSTE DATEN-KONFERENZ

## SHARE YOUR #PASSION FOR #DATA

„Wir wollten etwas Cooles und Innovatives schaffen, an dem die Leute teilnehmen und ihre Leidenschaft für Daten in einer eher festivalähnlichen, offenen und spielerischen Atmosphäre teilen können“, erklärt Alexander Thamm seine Ambition zur Gründung des DATA festivals.

Gemeinsam mit Dr. Carsten Bange, Geschäftsführer der Agentur BARC, gründet Alexander Thamm 2017 die DATA festival GmbH. Damals waren Daten und KI auf europäischen Konferenzen noch kein so großes Thema wie heute. Die Konferenzen, die sich mit Daten und KI beschäftigten, waren entweder ziemlich langweilig, mit Leuten in Anzügen oder außerhalb Europas.

„Wir hatten die Nase voll von Konferenzen, auf denen ausschließlich fantastische ROI's und hochtrabende Ergebnisse präsentiert werden, bei denen man als Expert:in an der Frontlinie leicht erkennen kann, dass sie gefälscht sind“, sind sich Alex und Carsten einig. „Aus unserer Sicht brauch-

te es einen sicheren Ort, an dem die Menschen, die sich täglich mit Daten und KI beschäftigen, ihre Erfolge und – noch wichtiger – ihre Misserfolge teilen können.“ Alex und Carsten waren mit dieser Einstellung nicht allein. Dr. Alexander Borek, heute Head of Data Analytics bei Zalando, Dr. Holger Kömm, Expert Associate Partner bei Bain & Company und Marcel Kling, Senior Director bei Lufthansa Cargo, sind seit dem ersten Tag des DATA festivals Mitglieder des Komitees. Heute sind es sogar elf Komitee-Mitglieder.

## TREFFPUNKT FÜR DAS 'WHO IS WHO' DER DATA-SZENE

Künstliche Intelligenz hat das Potential, einen wichtigen Beitrag bei einigen der großen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit zu leisten. Beim DATA festival stand daher auch schon immer im Vordergrund, Beispiele für den verantwortungsvollen Umgang mit Daten und KI zum Wohle und Nutzen der Menschen aufzuzeigen. „Wir glauben an europäische Werte wie den Datenschutz und menschenzentrierte KI. Der

Schwerpunkt der wirtschaftlichen Nutzung von Daten liegt auf der Schaffung eines echten Mehrwerts für Menschen und Organisationen“, ist sich Thamm sicher. „Nur auf diese Weise schaffen wir ein wirtschaftlich starkes Europa mit digitalen Produkten und Dienstleistungen, die global skalieren und auf europäischen Werten basieren.“

Ziel der Veranstaltung ist die Fort- und Weiterbildung aller Data- und KI-Rollen und die Schaffung eines Treffpunkts für das Who is Who der Data-Szene: Ob Data Scientists, Data Engineers, KI- und Machine Learning-Experten, Analysten, BI-Experten, Softwareentwickler, Softwarearchitekten, Wissenschaftler, Forscher oder Studenten – jeder oder jede, der oder die die Leidenschaft für Daten teilt, ist beim DATA festival willkommen. Das Veranstaltungskonzept unterstützt diesen Zweck mit verschiedenen Online- und Offline-Formaten wie Vorträgen und Präsentationen, Podiumsdiskussionen, World Cafés, IT-Seminaren und Coding-Workshops sowie Networking-Bereichen und Lounge-Tischen. Die Vorträge gehen in die Tiefe und lassen auch technische Aspekte nicht zu kurz kommen. Die Referent:innen kommen vor allem aus Anwender

LUST EIN TEIL DER  
COMMUNITY ZU  
WERDEN?



unternehmen, aber auch aus dem universitären Umfeld, aus dem DATA festival-eigenen Partnernetzwerk oder von ausgewählten Softwareanbietern.

### IT WAS A BLAST!

Die erste Veranstaltung des DATA festivals, fand an drei Tagen vom 16. bis 18. April 2018 in der Gaszählerwerkstatt in München statt und – ES WAR EIN KNALLER! Vier Pre-Conference-Workshops zu R-Package, Apache Spark, Data Science und Data Architecture & Design, zwei Konferenztage mit spannenden Talks, viele Best Practices von Unternehmen wie BMW, Lufthansa und Zalando und eine der ehrlichsten Fuck-Up-Sessions überhaupt. Dazwischen eine tolle Party, Festivalatmosphäre und jede Menge Spass. Das war der Startschuss für die Erfolgsgeschichte DATA festival.

Das DATA festival hat sich seitdem zu einer Community- und Eventplattform rund um die Themen Data, Analytics & AI, nach wie vor veranstaltet vom Business Application Research Center BARC und der Data Science und KI-Beratung Alexander Thamm GmbH, entwickelt.



# THE ULTIMATE DATA & AI GUIDE

## DER AMAZON-BEST-SELLER IM BEREICH DATEN UND KI.

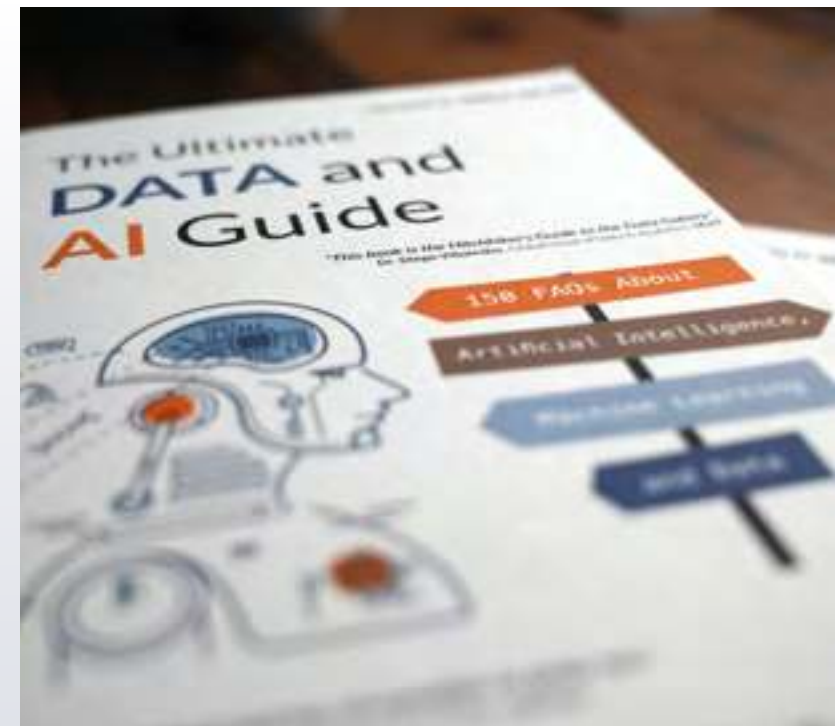
150 FAQs über Künstliche Intelligenz, Machine Learning und Daten. Außerdem zu Deep Learning, relationale Datenbanken, SQL, NoSQL-Datenbanken, Data Lakes, Data Warehouse, Datenschutz, Data Mining, GDPR, Data Governance und vieles mehr. „Zweifellos kennen viele diese Schlagworte, aber ist tatsächlich immer klar, was sie eigentlich bedeuten und wie sie zusammenhängen?“, so Alexander Thamm

Gemeinsam mit Michael Gramlich und Dr. Alexander Borek hat er daher das Buch „The Ultimate Data and AI Guide“ verfasst. Die Autoren greifen auf Erfahrungen aus über 500 erfolgreich umgesetzten Datenprojekten bei über 100 Unternehmen zurück und liefern einfache, praxisnahe Erklärungen an-

hand von 246 anschaulichen Visualisierungen und 63 konkreten Fallstudien. Das Werk hat sich als exzellenter Führer durch den Buzzword-Dschungel erwiesen und wird seit diesem Jahr am Boston City Campus in Südafrika als Lehrbuch genutzt.

Egal ob man noch am Anfang der Data Journey steht, oder bereits erfahren:e Datenexpert:in ist: Der Ultimate Data and AI Guide richtet sich an alle, die ein tieferes Verständnis für Data Science, maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz gewinnen möchten.

Die Leser erhalten ein praxisorientiertes Nachschlagewerk, das die Brücke zwischen Data & KI zu Wirtschaft und Gesellschaft schlägt – ein ‚must read‘ für Datenexpert:innen und solche, die es werden wollen.







## *The Hitchhiker's Guide to the Data Galaxy*

**Dr. Diego Villuendas**, ehem. Global Head of Data & Analytics, SEAT



*Concise, practical and lots of examples to guide you.*

**Mario Faria**, VP and Program Director for CDOs, Gartner



Informationen  
und zur  
Online-Bestellung



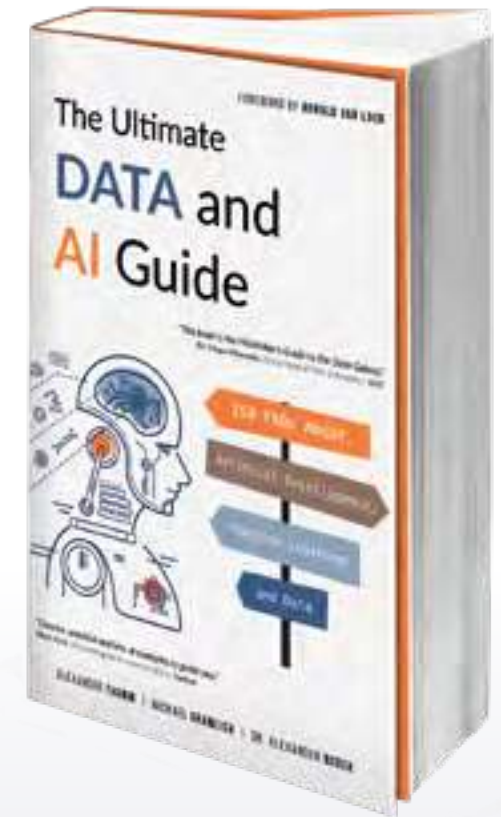
*Read this! If you are at A = 'Slides and Stickynotes' and want to go to B = 'Real Data and Impact', this can be your travel guide. If you are a practitioner already creating impact, read this to get structure and perspective into the flow of topics you are handling.*

**Marcel Kling**, Senior Director Data Driven Customer Journey, Lufthansa Group



*Much like a puzzle, you have to fit a lot of pieces together to succeed with AI. But how could you even know what pieces you need? This volume provides the answers.*

**Thomas C. Redman**, the Data Doc, HBR Blogger and Book Author



# CASE BASE

## COLLECT. MANAGE. TRANSFORM.

Unser erstes [at].produkt Casebase hilft Unternehmen dabei, Use Cases zu managen und ihre Data Journey effektiv zu gestalten.

Was zeichnet Organisationen aus, die erfolgreich datengetriebene Anwendungen skalieren? Sie besitzen ein umfangreiches und klar priorisiertes Use-Case-Portfolio sowie etablierte Standards und Prozesse.

In zehn Jahren [at] haben wir über 1.500 Daten- und KI-Projekte aus unterschiedlichen Branchen, mit unterschiedlichen Anforderungen, realisiert. Daraus haben wir diverse Best-Practices entwickelt und in unsere Use-Case-Management-Plattform integriert.

Mit Casebase bieten wir unseren Kunden einen ‚Single Point of Truth‘, Inspiration-Hub und Control-Center – eine SaaS-Lösung, die dabei unterstützt, ein transparentes, strukturiertes und fokussiertes Daten- & KI-Use-Case-Portfolio zu kreieren. So

### VON DER IDEE ZUR MEHRWERTSTIFTENDEN, PRODUKTIVEN LÖSUNG



Templates



Evaluierung



Roadmap



Kalenderübersicht



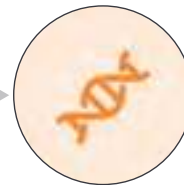
Case-Übersicht



One-Page-Übersicht



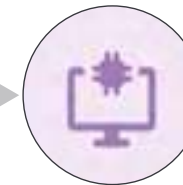
Idea



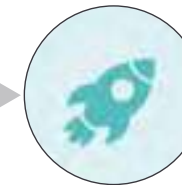
Concept



PoC



Prototype



Pilot



Product

ermöglicht Casebase Unternehmen Synergien in ihren Transformationsprozessen lösungsorientiert und zielgerichtet zu realisieren. Ein integriertes Bewertungsframework, Dashboards und die Gestaltung von Roadmaps helfen zudem dabei, alle Daten & KI-Initiativen im Sinne der Unternehmensstrategie zu koordinieren.



casebase

# UNSERE VISION IST EINE EIGENE KI-INDUSTRIE IN EUROPA

**JÖRG BIENERT ist Chief Customer Officer bei [at]. Zudem hat er 2018 gemeinsam mit Alexander Thamm und anderen den KI-Bundesverband e.V. gegründet. Als Verbandspräsident berät er Politiker:innen zur Daten- & KI-Strategie in Deutschland und Europa.**

**Jörg, Du bist Startup-Gründer, hast einige Zeit im Silicon Valley gearbeitet, bist heute Chief Customer Officer bei [at] und bist Präsident des KI-Bundesverbands – wie passt das alles zusammen? Was ist deine persönliche Mission?**

Mich motivieren vor allem drei Dinge: Neugier, der Wunsch, etwas zu bewegen und zu gestalten. In diesem Kontext habe ich mein erstes Startup im Web 2.0-Umfeld gegründet, bin mit meinem zweiten Startup ParStream, einer Big Data-Technologie, ins Silicon Valley gegangen und habe zuletzt den KI-Bundesverband gegründet. Alle Phasen haben mir die Gelegenheit gegeben, unterschiedliche, wertvolle Erfahrungen und Erlebnisse zu sammeln, über die ich sehr froh bin. Dieser offene Blick und die Erfahrung aus dem Silicon Valley wirken sich

natürlich auch auf die Arbeit im Verband aus und geben uns, gemeinsam mit allen Mitgliedern, die Glaubwürdigkeit und Authentizität, uns aktiv zu den Themen Daten und KI einzubringen.

**Wie kam es zu der Gründung des KI-Bundesverbandes?**

Die Idee hatte ihren Ursprung Ende 2016. Ich war damals auf der KI Konferenz NIPS in Barcelona. Mich hat damals die unglaubliche Anzahl der Teilnehmer:innen, die unterschiedlichen Themen und die Dynamik beeindruckt. Ich wusste, jetzt wird KI den Durchbruch erleben und die technologische Grundlage für eine gewaltige Transformation von Gesellschaft und Wirtschaft. Leider waren, anders als bei Konferenzen im Datenbank-Bereich, die ich vorher besucht hatte, deutsche Forschungsinstitute und Unternehmen im Vergleich stark unterrepräsentiert. Zurück in Deutschland habe ich dann mit Thomas Jarzombek, CDU-Bundestagsmitglied aus Düsseldorf, gesprochen. Er hat meiner Einschätzung zugestimmt und empfohlen: „wenn Ihr da etwas bewegen wollt, dann solltet Ihr einen Verband gründen“.

**Das hat dann aber noch etwas gedauert?**

Ja, denn mein primäres Ziel war ja keine Verbandsgründung, sondern mit meinem eigenen Startup KI-Beratung anzubieten. Im folgenden Jahr, 2017, hat es dann aber viele Gespräche mit anderen Gründern gegeben. Im März 2018 haben wir schließlich, auch zusammen mit Alexander Thamm, in München den Verband gegründet. Mittlerweile haben wir 400 Mitglieder, eine Reihe von Fördermitgliedern, mit Vanessa Cann und Daniel Abbou eine professionelle Geschäftsführung und ein tolles Team von hochmotivierten Mitarbeiter:innen.

**Ihr habt euch sehr schnell etabliert, was ist der Schlüssel Eures Erfolges?**

Da gibt es mehrere Faktoren. Zum einen die Fachkenntnisse und Authentizität. Alle unsere Kern-Mitglieder haben einen Tätigkeitsschwerpunkt in Daten & KI, umfangreiche Technologie- und Projekterfahrung und bringen sich auch aktiv in Themen und Diskussionen ein. Wir sind sehr agil und pragmatisch. Wir haben beispielsweise kurz nach der Gründung in einem



**Jörg Bienert,**  
ist Chief Customer Officer  
bei [at]

zu spezifischen Themen, wie etwa Mobilität, Finanzen, Ethik und viele mehr. Außerdem sind wir beispielsweise in Baden-Württemberg aktiv am Aufbau und der Gestaltung des KI-Campus beteiligt, einer strategischen Initiative des Landes und der Schwarz-Stiftung mit Sitz in Heilbronn.

#### **Und über die Landesgrenzen hinaus?**

Ein aktuell sehr wichtiges Thema ist auch die geplante KI-Regulierung und der Data Act auf der EU-Ebene. Hier haben wir bereits unsere Position sowie kritische Verbesserungsvorschläge formuliert und bringen uns damit mit Ansprechpartner:innen aus der Bundesregierung, dem EU-Parlament und weiteren aktiv in die Diskussion ein. Ziel ist es, eine zu starre Regulierung zu verhindern, weil diese die Entwicklung von KI-Produkten und Geschäftsmodellen massiv einschränken und damit die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland sehr negativ beeinträchtigen kann. Wir arbeiten hierzu auch auf europäischer Ebene und haben mit neun Schwesterverbänden das European AI-Forum gegründet. Dieses werden wir in Zukunft auch in eine eigenständige Organisation überführen.

#### **Ein zentrales Projekt ist außerdem LEAM – was verbirgt sich dahinter?**

LEAM steht für Large European AI Models. Große KI-Modelle werden aufgrund ihrer Leistungsfähigkeit die KI-Landschaft verändern und viele kleinere Ansätze verdrängen. Problematisch hierbei ist, dass diese Entwicklung derzeit hauptsächlich in den USA und China stattfindet. Unsere Initiative hat zum Ziel, ein deutsches Hochleistungsrechenzentrum für KI zu etablieren, das mit einer zugehörigen Organisationsstruktur als Leuchtturmprojekt das Zentrum eines florierenden Ökosystems aus Startups, Forschung und Wirtschaft bildet.

Workshop mit mehr als 25 Teilnehmer:innen ein umfangreiches Positionspapier mit einem 9-Punkte-Plan aus dem Boden gestampft, um KI voranzubringen. Das hat sehr viel Beachtung gefunden und uns auf den Schirm von Politik und Presse gebracht. In der Folge wurden wir zu den Workshops zur KI-Strategie der Bundesregierung eingeladen und konnten unsere Ideen in verschiedene Ministerien einbringen. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist aber auch der kollegiale Spirit, den wir uns im Wachstum bewahrt

haben. Es gibt kaum interne politische Friktionen, wir arbeiten Hands-on zusammen, erzielen schnell Ergebnisse und wissen auch, wie wir nach getaner Arbeit und Erfolgen feiern können.

#### **Was sind Eure wichtigen Themen und wie geht Ihr diese an?**

Wir haben Regionalgruppen, die Regionalgruppe Bayern wird etwa von einem Team um Alexander Thamm geleitet, die sich auch in die Landespolitik einbringen. Daneben gibt es Arbeitsgruppen

„ Wir konnten schon einige Dinge in Bewegung setzen, von der Mitgestaltung der KI-Strategie der Bundesregierung bis hin zu der Einführung von Informatik als Pflichtschulfach in NRW.

**Europa ist ein wichtiges Stichwort: Was ist Eure Vision für Deutschland und Europa im globalen Daten & KI-Wettlauf? Was wird die aus Deiner Sicht größte Herausforderung?**

Unsere Vision ist, dass wir in Europa eine eigenständige KI-Industrie haben, basierend auf einer weltweit führenden Forschung. Große Unternehmen und Mittelständler setzen KI-Anwendungen ‚Made in Europe‘ ein, um Prozesse zu optimieren und neue Geschäftsmodelle zu gestalten und damit im internationalen wirtschaftlichen Wettbewerb führend zu bleiben.

Eine große Herausforderung hierbei ist es, Forschungsergebnisse in die Wirtschaft zu transferieren und skalierbare Geschäftsmodelle und Startups zu etablieren – in einem Markt, der derzeit von großen Hyperscalern aus den USA dominiert wird.

**Was motiviert Dich persönlich, Dich ehrenamtlich im KI-Verband zu engagieren.**

Wir waren in Deutschland und Europa lange zögerlich, was die Nutzung von Daten und KI angeht. Anderswo wurden bereits Maßstäbe gesetzt. Ich selbst habe im Silicon Valley erlebt, wie dynamisch neue Technologien in Produkte und Geschäftsmodelle eingebunden werden. Dass wir hier mit dem KI-Bundesverband etwas bewegen und voranbringen können, ist unglaublich motivierend. Zudem macht

die Arbeit mit einem engagierten Team, vielen weiteren Mitstreiter:innen in einer immer sehr kollegialen und zielorientierten Atmosphäre unglaublich Spaß und gibt sehr viel Energie zurück. Wir sind alle überzeugt, einen wichtigen Beitrag zu liefern, um KI in Deutschland und Europa weiterzuentwickeln und bekommen sehr viel positives Feedback.

**Euer bislang größter Erfolg?**

Wir konnten schon einige Dinge in Bewegung setzen, von der Mitgestaltung der KI-Strategie der Bundesregierung bis hin zu der Einführung von Informatik als Pflichtschulfach in NRW. Man darf auch nicht unterschätzen, wie wichtig es ist, dass die Perspektiven der Daten- und KI-Expert:innen überhaupt Eingang in die politischen Gremien finden.

**Vielen Dank Jörg, für das spannende Gespräch – zum Abschluss: Hast auch Du einen Geburtstagswunsch mit Blick auf die nächsten mindestens 10 Jahre [at]?**

Ich wünsche [at], dass sie die beeindruckende und kollegiale Unternehmenskultur parallel zum dynamischen Wachstum beibehält. Außerdem wünsche ich, dass wir immer mit der [at]-Mission vor Augen unseren bestehenden und vielen neuen Kund:innen helfen, aus Daten echten Mehrwert zu generieren und Künstliche Intelligenz verantwortungsvoll einzusetzen. Damit schaffen wir ein wirtschaftlich starkes Europa mit digitalen Produkten und Services, die global skalieren und auf europäischen Werten basieren, was auch den Bogen zum KI-Bundesverband wieder schließt.





alexanderthamm



„ Ich möchte in zehn Jahren wieder auf ein spannendes Jahrzehnt zurückblicken können und feststellen, dass wir vieles richtig gemacht haben, aus unseren Fehlern gelernt und gemeinsam mit vielen talentierten Menschen [at] weiter aufgebaut haben – und ein bisschen Spaß sollten wir dabei auch gehabt haben.  
Simon Decker



„ Ich wünsche [at], dass die beeindruckende und kollegiale Unternehmenskultur parallel zum dynamischen Wachstum bleibt. Mit unserer Mission vor Augen, aus Daten echte Mehrwerte zu generieren und KI verantwortungsvoll einzusetzen, wollen wir weiter unseren Kund:innen helfen. Dann schaffen wir ein wirtschaftlich starkes und digitales Europa.  
Jörg Bienert



„ Für die nächsten 10 Jahre ist mein Wunsch für [at], dass trotz des immensen Wachstums der coole Startup-Flair bleibt.  
Antonio Kallai

„ Mit Freude statt mit Angst Datenprojekte angehen – durch ein einfaches, klares Vorgehen, verständliche Sprache und vor allem auf Augenhöhe. Das macht [at] aus. In den nächsten zehn Jahren wünsche ich [at] ein weiteres data.castle. An einem schönen Ort und weitere große Dachterrassen auf denen Ihr mit Euren Kund:innen die erfolgreichen Projekte feiern könnt.  
Florian Leser, Head of Data at ADAC SE



„ Es ist erstaunlich so viele Kolleg:innen zu haben, die sich begeistert mit verschiedensten Thematiken auseinandersetzen. Diese Begeisterung für Daten und KI der ganzen Welt beizubringen, das ist mein Wunsch für das nächste Jahrzehnt [at].  
Rostislav Nedelchev



„ Ich wünsche [at] und auch uns, dass wir uns in zehn Jahren wiedertreffen und stolz auf die Projekte zurückblicken können, die wir zusammen vorangebracht haben. Also alles Gute, weiterhin viel Erfolg, zufriedene Kund:innen, Wachstum und interessante Projekte, an denen man als Mensch und Unternehmen wachsen kann!  
Dr. rer. nat. Corina Apac̃ițe, Program Head Artificial Intelligence and Data, Continental



„ Ein Data Musketeer zu sein, ist verbunden mit Hingabe und Hilfsbereitschaft für Deine Kolleg:innen. Im Gegenzug kannst Du Dich immer auf den Support von allen verlassen. Ein guter Arbeitgeber weiß, diesen Spirit aufzubauen und zu erhalten. Ich habe noch nie den Tag bereut, an dem ich bei [at] angefangen habe. DANKE Alex!  
Nadhir Azzabi

# BACK TO THE FUTURE OF AI

## STEIGT EIN IN DEN DELOREAN!

**Wir werfen den Fluxkompensator an und reisen zurück in die Zukunft der KI.**

Künstliche Intelligenz ist dabei die Welt zu verändern. In seinem neuen Podcast geht Alexander Thamm auf Zeitreise und taucht ein in das spannende Universum von Daten und KI.

Von der Dampflok zum Space-Shuttle, vom Rechenschieber zum Rechenzentrum – die Geschwindigkeit, mit der sich Technologien entwickeln, ist atemberaubend. Alex wirft einen Blick hinter die blendenden Kulissen von Hypes und Buzzwords und diskutiert mit hochkarätigen Gästen, aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft von KI.

Welche konkreten Anwendungsmöglichkeiten für den Einsatz von KI existieren schon heute?

Wohin kann uns die Reise morgen führen und welche Rolle spielt dabei Europa? Warum wir keine Angst vor Skynet haben müssen, aber USA und China im Blick behalten sollten?

Die Antworten auf diese und viele weitere spannende Fragen, gibt Alexander Thamm in seinem brandneuen Podcast – also schnallt euch an, lehnt euch zurück und let's go „Back to the Future of AI“!



# WIR DÜRFEN UNS NICHT AUF DAS THEMA KI BESCHRÄNKEN

**Co-CEO ANDREAS GILLHUBER erzählt uns im Interview, was er unter Projekt-Exzellenz versteht, worum sich sein neuestes Buch-Projekt dreht und wie ihm der Sprung aus der Konzernwelt zu [at] gelungen ist.**

**Nimm uns bitte mit auf Deine Data-Journey und erzähl uns, was Dich an [at] gereizt hat.**

Mich hat an der Aufgabe bei [at] gereizt, wieder in einem jungen Unternehmen an den neuesten Themen mitzuarbeiten. Ich war die Jahre zuvor bei großen Konzernen in Management-Positionen tätig. Dort war ich teilweise weit weg von den neuesten Technologien und den Zukunftsthemen. Deshalb finde ich es faszinierend und inspirierend, mich heute wieder intensiv mit den Themen Daten, KI und ML zu beschäftigen. Das Kennenlernen von Alex selbst und den ersten Mitstreiter:innen war für meinen Wechsel zu [at] auch ganz entscheidend.

**Wie ist [at] auf Deinem Radar erschienen?**

Ich war damals noch bei BMW. Auf einer Konferenz in München, auf der auch [at] war, bin ich mit Alex ins Gespräch gekommen. Er hatte ursprünglich ge-

plant, einen Beirat mit erfahrenen Manager:innen zu besetzen, um [at] auf das nächste Level zu heben und die dafür nötigen Strukturen und Prozesse zu schaffen. Da gab es dann die Überlegung, ob ich als Beirat mitwirken könnte. Aber Alex und ich haben schnell festgestellt, dass einmal im Monat einen schlaun Ratschlag zu geben, nicht zielführend ist und es sinnvoller wäre, fest bei [at] zu arbeiten – das war für mich eine schöne Chance. Bis heute bereue ich meine Entscheidung nicht, sondern habe weiterhin sehr viel Spaß und Freude daran.

**Du bist seit mittlerweile vier Jahren der Co-CEO. Wie kann man sich die Arbeitsteilung zwischen Dir und Alex vorstellen?**

Alex ist selbstverständlich Gründer und Namensgeber der Firma und eine große Inspiration für uns alle. Er hat die Gabe, dass er sehr gute Leute um sich sammelt. Außerdem denkt er sehr langfristig und hat eine Vision, wohin sich das Unternehmen entwickeln soll. Ich sehe meine Rolle und Verantwortung hingegen im operativen Tagesgeschäft. Das heißt, ich arbeite eng mit der ‚Delivery‘, dem Customer-

Bereich und allen anderen Bereichen wie Finance und People zusammen, damit unsere Projekte bei den Kund:innen erfolgreich umgesetzt werden.

**Was sind die Herausforderungen, vor denen große Unternehmen aktuell stehen?**

Die größten Herausforderungen für große Konzerne waren vor einigen Jahren noch die Themen Innovation und Experiment – man wollte viele Use-Cases auf den Weg bringen, um zu sehen, welche Möglichkeiten der Einsatz von KI und ML bietet. Mittlerweile sind die Konzerne sehr viel weiter. Sie haben inzwischen einen großen Vorrat an Use-Cases aufgebaut. Jetzt fragen sie: Wie setze ich diese in der Praxis um? Wie kann ich sie skalierbar machen sowie robust, performant und mehrwertstiftend einsetzen? Es darf nie vergessen werden, dass KI, ML und Daten nicht zum Selbstzweck eingesetzt werden. Sie sollen einen geschäftlichen Mehrwert generieren, also beispielsweise höheren Umsatz, neue Produkte, geringere Kosten oder höheren Profit. Die Herausforderungen der Konzerne sind der Einsatz, die Implementierung und die



Anwendung. Daneben ist heute die Datenstrategie ein Teil der Digitalisierungs- und Unternehmensstrategie. Themen wie Data-Governance spielen eine große Rolle, um den Überblick über die Vielzahl an Use Cases zu behalten und damit strategisch umgehen zu können.

#### **Und wie sieht es beim Mittelstand aus?**

Es ist schwer von *dem* Mittelstand zu sprechen, denn dieser ist sehr heterogen. Es gibt aus meiner Beobachtung viele mittelständische Unternehmen, die sich noch nicht mit diesen Themen beschäftigt haben. Aber grundsätzlich gilt auch, dass dem Mittelstand schon aufgrund seiner Größe auch deutlich weniger Mittel zur Verfügung stehen als im Konzern. So ist dort der Aufbau einer Abteilung von Data Scientists beispielsweise schwerer umsetzbar. Hier können wir als [at] einen wichtigen Beitrag leisten und als Berater und Projektdienstleister schnell Mehrwerte durch KI und ML schaffen.

#### **Was sind die häufigsten Gründe für das Scheitern solcher Daten-Projekte?**

Das Wichtigste ist, der Wandel zu einer datengetriebenen Kultur muss von oben vorgelebt werden. Ein schönes Beispiel ist die Deutsche Bahn: Dort hat der Vorstand eine Art Beweislastumkehr beim Umgang mit unternehmens-eigenen Daten beschlossen. Seither müssen Abteilungen begründen, wenn sie ihre Daten nicht mit anderen Bereichen des Konzerns teilen möchten. Ein weiterer Punkt ist, dass es das Management nicht schafft, die Mitarbeiter:innen auf allen Ebenen mitzunehmen. Mein Tipp: in der Strategieumsetzung lieber in

kleinen Schritten denken und diese schnell vorstellen. Das bringt schneller Erfolge – und erhöht die Akzeptanz in der Belegschaft. Gelegentlich liegen aber auch schlicht Wunsch und Wirklichkeit weit auseinander. Ein Windparkbetreiber beispielsweise wollte mithilfe von KI voraussagen, wann genau das Rotorblatt einer Windturbine abreißt. Auf die Frage, wie oft sich so ein Szenario ereignet, war die Antwort: zweimal – in fünf Jahren. Auf der Basis so niedriger Fallzahlen lässt sich kein Algorithmus programmieren.

#### **Kannst Du uns ein Beispiel nennen, das veranschaulicht, welchen Impact unsere Arbeit für ein Unternehmen hatte?**

Wir haben das Glück, dass wir bei vielen großen und mittelständischen Unternehmen in Projekten mitarbeiten durften und letztendlich bei allen auch einen echten Mehrwert erzielen konnten. Seit über sieben Jahren dürfen wir beispielsweise mit der Vorwerk-Gruppe an Themen zu IOT, Streaming, Machine Learning und Plattform im Thermomix-Umfeld arbeiten. Ein Projekt-Highlight ist dabei das Recommender-System für die Rezeptplattform Cookidoo – oder auch das Netflix des Kochens, wie wir das gemeinsame Projekt intern gerne nennen. Dieses Projekt zeigt eindrucklich, wie ein Hardware-Hersteller neue Umsatzkanäle für sich erschließen kann und dabei seinen Thermomix-Kund:innen bei zunehmendem Wettbewerb weiterhin einen echten Mehrwert bietet. So gibt es viele Beispiele, ob es Forecasting-Modelle sind, wie für Bayer oder Uniper, die Trips-App beim ADAC oder Kunden wie die Deutsche Bahn oder die Allianz, bei denen wir die gesamte Data Journey begleit-

**„ Wir müssen unser Branchenwissen ausbauen, um unseren Vorsprung vor traditionellen Beratungen im Bereich Data & KI zu behaupten.“**

ten und damit einen großen Beitrag zur Digitalisierung dieser großen Unternehmen leisten dürfen.

#### **Wenn wir auf die nächsten 10 Jahre von [at] blicken, was sind die aus Deiner Sicht wichtigsten Entwicklungsschritte?**

Wir wissen aus unseren Kundenprojekten und -gesprächen, dass viele Unternehmen nun an einem Punkt sind, wo KI- und Daten-Lösungen in der Praxis eingesetzt werden und einen Mehrwert bringen müssen. Daraus ergibt sich für uns die große Herausforderung, immer mehr Branchen-Know-How aufzubauen. Es reicht nicht mehr aus, „nur“ Data-Science- und KI-Expert:innen zu sein! Wir müssen verstehen, was der Einsatz von KI und ML in den verschiedenen Firmen und Branchen bedeutet. Der Einsatz von Bilderkennung oder NLP bedeutet bei einer Versicherung etwas ganz anderes als in der Automobilbranche oder bei der Deutschen Bahn. Dieses Branchenwissen müssen wir auf- und ausbauen, damit wir mit den traditionellen Beratungen mithalten können, die sich andersherum ebenfalls in den Bereichen KI und ML aufstellen. Da sehe ich eine große Herausforderung, aber ich denke auch, dass wir da gut gewappnet sind – wir haben einen großen Footprint in vielen Unternehmen, wo wir jeden Tag dazulernen. Doch wir müssen uns bewusst sein, dass wir uns nicht auf das Thema KI beschränken können, sondern offen sind und das Branchen-Know-How in unseren täglichen Projekten aufsaugen müssen.

#### **Ein wichtiger Leitgedanke bei [at] ist, dass wir mit unserer Arbeit auch Europa im globalen KI-Wettlauf voranbringen. Worauf muss Europa aus Deiner Sicht setzen, um künftig erfolgreich zu sein?**

Man darf nicht unterschätzen, dass Europa ebenfalls ein Tech-Gigant ist. Wir haben gerade in Deutschland ein sehr starkes industrielles Rückgrat. In Asien und den USA sind KI und ML vor allem im B2C-Umfeld verortet, was bei Milliarden von Endverbrau-

cher:innen auch den Bekanntheitsgrad erklärt. Im industriellen Umfeld betrifft es das B2B-Geschäft, was natürlich weniger ins Auge sticht. Hier liegt die große Stärke Europas, etwa in der über Jahrzehnte und Jahrhunderte gewachsenen Expertise im Mittelstand und der Industrie. Europa ist außerdem nicht monothematisch aufgestellt, sondern deckt verschiedenste Branchen ab, wie Chemie, Pharma, Gesundheitswesen, Maschinenbau oder Automobil und viele weitere. Allein die in Europa ansässigen DAX-Konzerne veranschaulichen das breite Spektrum und unser Standing als Global-Player. Das ist auch unsere große Chance: Durch die Expertise in KI, ML und dem entsprechenden Datenwissen, können wir maßgeblich dazu beizutragen, unsere Position gerade im industriellen Umfeld im globalen Wettbewerb auszubauen.

**Die gebündelte Erfahrung aus zahlreichen Daten- & KI-Projekten in unterschiedlichen Branchen fließt jetzt in Dein neues Buch ein, dessen Herausgeber Du bist – was erwartest uns hier als Leser?**

Der Arbeitstitel des Buchs lautet „Data Science in der Praxis“ und wird zusammen mit Professor Göran Kauermann von der LMU München und Wolfgang Hauner, Head of Group Data Analytics bei der Allianz, herausgegeben. Der Fokus liegt auf dem Einsatz, den Herausforderungen und mehrwert-schaffenden Lösungen von Data Science, KI und ML in der Praxis. Es handelt sich um einen Sammelband, in dem 30 verschiedene Autor:innen aus sieben Branchen praxisbezogene Einblicke bieten. Es ist also kein Grundlagenbuch, sondern geht tief in die Materie. Es richtet sich einerseits an Absolvent:innen, die sich fragen, bei welchen Unternehmen sie nach dem abgeschlossenen Data-Science-Studium arbeiten können und wie dort mit Daten, KI und entsprechenden Lösungen umgegangen wird. Andererseits wendet sich das Buch an Entscheider:innen, die einen branchenübergreifenden Überblick darü-

ber erhalten wollen, welche Mehrwerte durch den Einsatz von Daten und KI generiert werden können.

**Zum Abschluss lass uns noch mal Deine [at] Journey aufgreifen – was ist Dein Highlight aus dieser Zeit?**

In den letzten fünf Jahren ist unglaublich viel passiert – das macht es schwer eine einzige Story rauszupicken. Es macht enorm Spaß, sowohl mit Alex, mit der Geschäftsleitung, wie auch allen Mitarbeiter:innen zusammenzuarbeiten. Das bereichert mich persönlich jeden Tag. Natürlich machen wir auch tolle Events – man denke an die Weihnachtsfeiern, die Wiesn, diverse Partys auf der Dachterrasse oder Workshops in Kaltenbach. Für mich persönlich ist aber letztendlich das Tagesgeschäft das Highlight. Es bietet so viele unterschiedliche Gelegenheiten mit unseren Kolleg:innen, aber auch unseren Kund:innen zusammenzuarbeiten. Zu sehen, was jede:r an Kompetenz, Erfahrung, Kreativität einbringt, dieses tägliche Lernen, macht mir am meisten Spaß und bereitet mir unglaublich viel Freude.

**Welchen Rat würdest Du Deinem jüngeren Ich geben?**

Ich glaube, so vieles hätte ich nicht anders gemacht. Das Wichtigste ist die Offenheit, sich auf etwas Neues einzulassen und beständig dazuzulernen. Diesen Anspruch habe ich an mich und das ist mir auch rückblickend ganz gut gelungen. Letztendlich war es damals schon ein gewisses Risiko, nach 25 Konzernjahren in eine kleine, junge Firma zu gehen. Da habe ich mich schon gefragt „ist das jetzt ein romantischer Gedanke?“ oder „müsste ich nicht wieder in einen Konzern gehen?“. Aber es wurde mir von allen bei [at] sehr leicht gemacht! Ich habe hier eine einzigartige, positive Kultur vorgefunden. Zudem arbeiten wir hier nah an den absoluten Zukunftsthemen und an der Transformation der Wirtschaft – das erfüllt mich sehr und lässt mich wachsen. Spannender geht es nicht.



Das ganze Interview  
im Video



Andreas Gillhuber,  
Co-CEO

# DATA & AI SUMMER CONFERENCE

Die Data & AI Summer Conference (#DAISC) ist das alljährliche [at]-Sommer-Highlight für unsere Kund:innen, Partner:innen und Wegbegleiter:innen. Das erste Event 2013 ist als Eröffnungsfeier stürmisch mit einem (Gewitter-)Knall gestartet und hat sich über die Jahre zu einem renommierten Branchen-Event gewandelt – am Spirit hat sich aber nichts geändert. Das coole Programm für heiße Tage umfasst spannende Workshops, inspirierende Panels, wertvolle Use Cases und vieles mehr. Hier treffen sich die interessantesten Köpfe der Branche zum Kennenlernen, Austausch, Netzwerken und Feiern.





our spirit  
and equipment



musketeer\_lvl\_100

0 1 1 1 0  
1 1 0 1 1  
0 1 1 1 1  
1 0 0 0 1  
1 0 1

# WIR SETZEN UNS FÜR EINE NACHHALTIGE UND ERFOLGREICHE ZUKUNFT EIN.



## PRINZIPIEN

Gegenseitige Unterstützung



Spaß



Ehrlichkeit



# VISION

KI als Hilfe um größte Herausforderungen der Menschheit, u.a. den Klimawandel, zu bewältigen

## Transparenz & externe Ratings

- Reporting im Rahmen von Nachhaltigkeitsberichten
- Definition von CSR KPIs
- Ecovadis Rating
- CO<sub>2</sub> Abdruck & CO<sub>2</sub> Reduzierungsstrategie + Kompensation

## Spenden

### Nachhaltiges Office- & Travelmanagement

- Digitalisierung der Arbeitsweise
- Nachhaltige Beschaffung
- Nutzung von Ökostrom
- Nachhaltige Reiserichtlinie

# FORSCHUNG

und Nachhaltige Produkte / Services

- Ethische KI
- Sustainable Engineering
- Forschungsprojekte

Mehrwert stiften



Nachhaltige Zukunft



Neugier



Positives Umfeld



Lernen



Lösungsorientiert



Technologien wie Künstliche Intelligenz werden der Menschheit helfen, ihre größten Herausforderungen wie den Klimawandel, Epidemien und eine faire Weltwirtschaft zu bewältigen – so unsere **[at]-Vision**.

Diese Vision treibt uns bei [at] an und hat uns veranlasst, Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil unserer Strategie und Teil unserer Unternehmenskultur zu machen.

Die Dringlichkeit zeigt uns der Earth Overshoot Day. An diesem Tag hat die Menschheit alle natürlichen Ressourcen aufgebraucht, die die Erde innerhalb eines Jahres wiederherstellen und damit nachhaltig zur Verfügung stellen kann. Der Earth Overshoot Day für Deutschland war bereits am 4. Mai 2022 und damit ein Tag früher als 2021. Ab diesem Zeitpunkt zehren wir von den Ressourcen der nachfolgenden Generationen – ohne zu wissen, ob und auf welche Weise diese zurückgegeben werden können.

Als Data & KI Beratung sind wir überzeugt, dass Technologie uns dabei helfen kann, positiv im Sinne der Nachhaltigkeit zu handeln. Natürlich sind wir uns auch bewusst, dass Tech-Lösungen nicht von vornherein nachhaltig und klimafreundlich sind. Die große Aufgabe heißt, Innovationen und KI-Anwendungen zu entwickeln, die Nachhaltigkeit und Ethik von Beginn an mitberücksichtigen. Uns ist dabei ein besonderes Anliegen, nachhaltig und sozial verantwortlich zu handeln und unseren Anteil für eine lebenswerte Welt für zukünftige Generationen beizutragen. Dies bedeutet für uns, sich für eine nachhaltige Wirtschaft, eine werteorientierte Gesellschaft und den Schutz der Umwelt einzusetzen und diese Werte in der täglichen Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeiter:innen und Kund:innen zu leben.

Wir wollen als Vorbild voran gehen, andere inspirieren und sind uns sicher, dass jede:r Einzelne von uns dazu beitragen kann, die Welt ein kleines Stückchen besser zu machen.



# WERTE & PRINZIPIEN

Ein sehr starker Treiber für unser Engagement im Kontext der Nachhaltigkeit sind unsere Werte und Prinzipien. Diese wurden gemeinsam mit allen Mitarbeiter:innen erarbeitet und leiten uns in der täglichen Arbeit.

Wir alle tragen zum Erfolg von [at] bei und übernehmen Verantwortung. Deshalb ist es uns wichtig, eine wertschätzende, nachhaltige und lösungsorientierte Unternehmenskultur zu leben, mit der wir uns alle identifizieren können. Unser „Musketier-Prinzip“ besagt, dass wir immer aufeinander zählen können und einander unterstützen.

Die in unseren Werten und Prinzipien zum Ausdruck kommende Verantwortung für die Gesellschaft beinhaltet auch den aktiven Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung, die wir durch die Unterzeichnung der zehn Prinzipien des United National Global Compact ausdrücklich unterstützen.





„ Es ist unglaublich – ich durfte schon dabei sein, als [at] noch ein Start-Up war. Jetzt können wir mit Fug und Recht sagen, dass wir mit über 300 Mitarbeiter:innen ein Großunternehmen im Mittelstand sind. Ich wünsche mir, dass wir auf diesem Weg bleiben und unserer Kultur und Werten treu bleiben.

Andreas Gillhuber



„ Ich hoffe, dass die Firma genauso geil bleibt, wie sie ist – mit so smarten und tollen Leuten. In zehn Jahren unsere Arbeitsatmosphäre, Kultur, Kreativität und Leidenschaft behalten und zusammen mit zehnmals so vielen Mitarbeiter:innen zu leben, das wünsche ich [at].

Franziska Schropp



alexanderthamm



„ Wir entwickeln als Team so verrückte Ideen und merken irgendwann, dass sie sogar funktionieren. Daher wünsche ich, dass wir unseren Spirit bewahren und es weiterhin so viel Spaß macht, mit großartigen Kolleg:innen zusammenzuarbeiten.

Daniel Kaulbach

„ Für die nächsten zehn Jahre wünsche ich, dass wir weiterhin so erfolgreich bleiben in dem was wir tun. Auf dass wir noch viel Gutes bezwecken können, viele After-Work Partys feiern und viel Spaß zusammen haben.

Hannah Müller



„ Am beeindruckendsten sind für mich die unglaubliche 'Pace', mit der ihr Entwicklungen durchlauft und die Gestaltungsräume, die ihr schafft und nutzt. Ich wünsche Dir und Euch diese steilen Kurven weiterhin, und dass Alex mit [at] mithalten kann und [at] mit Alex. [at], you aged really well!

Marcel Kling, Head of Digital Sales for Lufthansa Cargo



„ Für [at] wünsch ich mir in den nächsten zehn Jahren viele tolle Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

Corinna Velaj



„ [at] lebt die New Work Culture, statt nur davon zu erzählen. Hier gibt es zielorientiertes, bedeutsames Arbeiten und kreative und energetische, manchmal auch etwas „verrückte“, Mitarbeiter:innen. Das bleibt hoffentlich die nächsten zehn Jahre auch so.

Josephine Gehlhar

# UNSERE NACHHALTIGE UND SOZIALE VERANTWORTUNG

**Tatsächlich leistet jede:r Einzelne:r bei [at] seinen Beitrag. Sei es ehrenamtlich bei sozialen, karitativen Initiativen, durch Sach- und Geldspenden bis hin zu Hilfsgütertransporten und der Aufnahme von Geflüchteten.**

Dieses Jahr markiert mit der Invasion Russlands in die Ukraine leider auch eine sehr traurige „Zeitenwende“. Wir haben sowohl ukrainische als auch russische Mitarbeiter:innen. Es ist für uns unglaublich wichtig, sie auf allen Ebenen zu schützen und zu unterstützen. Gleichzeitig informieren uns unsere Kolleg:innen in unternehmensweiten Calls über die Lage der Menschen, ihrer Familien und Freunde, vor Ort. Es macht uns sehr stolz, dass alle bei [at] unglaublich engagiert sind und zusammenstehen. **Es ist für uns alle eindeutig kein Krieg zwischen Nationen, sondern ein brutaler und menschenrechtswidriger Krieg eines einzelnen Regimes.**

Es ist unmöglich sämtliche Initiativen aufzulisten, die seitdem angestoßen wurden, aber um einige zu nennen: Wir haben gemeinsam mit Wiesenliebe e.V. Hilfsgütertransporte an die Rumänisch-ukrainische Grenze koordiniert und finanziert, wir haben an **Ärzte ohne Grenzen** und **UNO Flüchtlingshilfe** gespendet, die **Ukrainische Kirche** in München mit Geld- und Sachspenden oder auch die **Quinoa Schule** in Berlin bei Integrationsprojekten unterstützt.

Wir haben uns Arbeitsvermittlungsinitiativen für Geflüchtete angeschlossen, spenden technisches Equipment und vieles, vieles mehr – vielen Dank an jede:n Einzelne:n! Wir wünschen uns zum 10-Jährigen, dass dieser Krieg möglichst schnell beendet wird!



Uns ist es ein besonderes Anliegen, nachhaltig und sozial verantwortlich zu handeln und unseren Anteil für eine lebenswerte Welt für zukünftige Generationen beizutragen.

„Spenden statt Schenken“ ist eine Initiative, die wir zu unserer Weihnachtstradition gemacht haben. Statt

unzählige Karten in die Welt zu schicken und unseren Kund:innen Geschenke zu machen, unterstützen wir gemeinsam mit unseren Kund:innen soziale Projekte, die Unterstützung und unsere Hilfe dringend(er) benötigen. Wir haben drei tolle und nachhaltige Projekte ausgewählt und unsere Kund:innen eingeladen, für ihre Favoriten abzustimmen. Nach deren Voting

haben wir die Weihnachtsspenden verteilt. Die Resonanz auf unseren Spendenaufruf war riesig. Knapp 100 Unternehmen haben sich beteiligt und wir haben über 15.000 Euro gespendet.

Folgende außergewöhnlichen Organisationen und Initiativen haben wir ausgewählt:

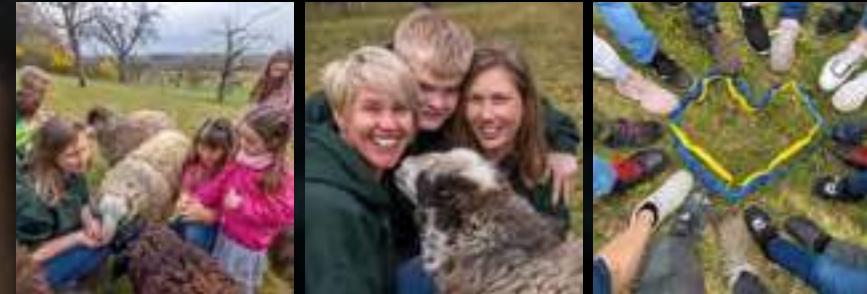
### ReDI School of Digital Integration.

Als gemeinnützige Organisation ermöglichen sie ihren Schüler:innen den **Zugang zu digitaler Bildung**, mit dem Ziel die Integration in den Arbeitsmarkt für jene Menschen zu beschleunigen, die sich keine digitale Ausbildung leisten können. Unsere [at].musketeers engagieren sich ehrenamtlich als Ausbilder:innen an der ReDI School.



### Wiesenliebe e. V.

Gitti und Leonie ermöglichen mit ihrem Projekt offene und vorurteilsfreie Begegnungen, setzen ihre **Schafe als Therapietiere** ein und arbeiten eng mit der örtlichen Schule für Kinder mit Lernschwierigkeiten zusammen. Eine außergewöhnliche Initiative für Inklusion und Nachhaltigkeit, Natur und Mensch sowie Artenschutz.



### Green City e. V.

Die globale Klimakrise ist die größte Herausforderung unserer Zeit. Green City e. V. treibt als lokale NGO zusammen mit Stadtgesellschaft und Politik durch konkrete Projekte mit den Schwerpunkten urbane Begrünung, nachhaltige Mobilität und Bildungsangebote für alle Altersgruppen den **Klimaschutz** in München voran. Damit setzt sich der Verein für eine grüne, lebenswerte und zukunftsfähige Stadt ein.



### Deutscher Behindertensportverband e. V.

Und weil wir eine sportverrückte Firma sind, unterstützen wir zusätzlich die Stiftung Behindertensport. Diese Stiftung setzt sich für die **Integration von behinderten Menschen im Sport** und in anderen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens ein. Mit dieser Unterstützung gedenken wir auch einem Kollegen, der 2021 bei einem Sportunfall tödlich verunglückt ist.



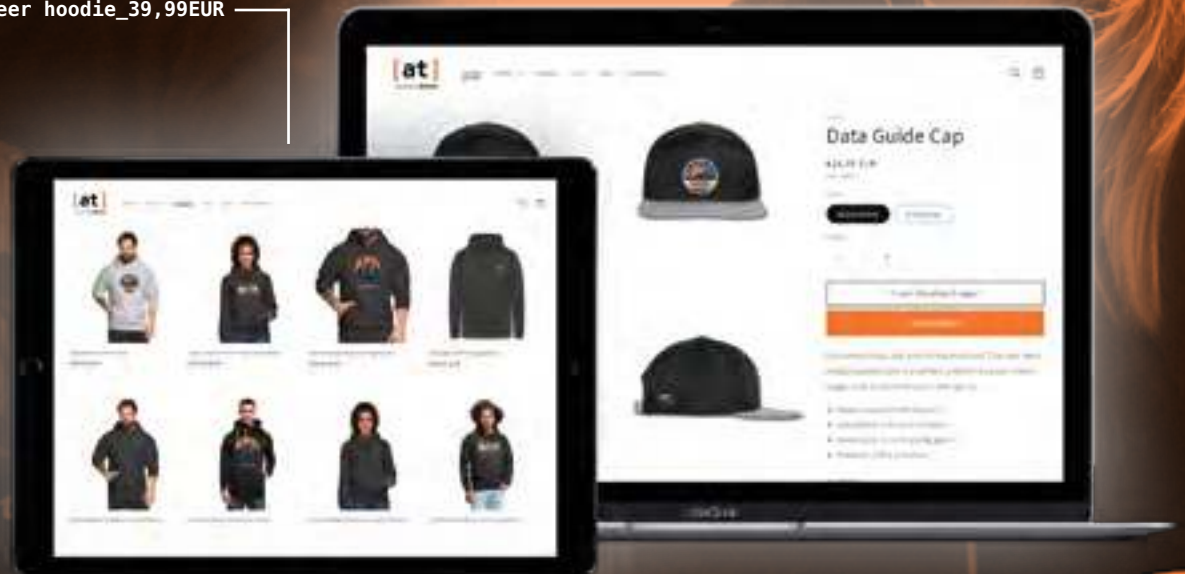
Deutscher Behindertensportverband e.V.  
National Paralympic Committee Germany

# DATA WEAR HOUSE

data guide cap\_24,99EUR

Im **[at].shop** findest Du Data Fashion sowie das passende Equipment für Deine nächste Data Journey.

musketeer hoodie\_39,99EUR



” Offen, neugierig und eine gute Portion Teamspirit – so sind meine Kolleg:innen bei [at]. Daher wünsche ich für die nächsten zehn Jahre, dass wir den Erfolg über DACH hinaus vergrößern, mit einer Kombination aus absoluter Data-Expertise und der work-from-anywhere Mentalität.

Bert Besser



” Ich bin immer wieder vom großen Engagement und der Herzlichkeit der ganzen Firma angespornt und wünsche [at] diese tolle Energie für die nächsten zehn Jahre. Seit wir die green.musketeers Initiative gegründet haben, unterstützen wir sozial, nachhaltig und sammeln Ideen für die Zukunft. Dieser Weg ist superspannend für die nächsten zehn Jahre.

Thomas Hecker



” Noch mehr spannende Projekte, engagierte Mitarbeiter:innen und gesundes Wachstum, das ist mein Wunsch für die nächsten zehn Jahre [at].

Anastasia Andreeva



” Dieses “Not just another Company“-Gefühl, was uns die letzten zehn Jahre stark gemacht hat, wünsche ich uns auch für die Zukunft. Die Arbeit und vor allem das Miteinander sollen bei uns weiterhin wirklich Spaß machen, trotz unseres Wachstums.

Frank Moritz

” Zeit für das Wesentliche, Genuss und Liebe zu Mensch und Tier. Zeit für Bodenständigkeit, verbunden mit dankbaren und bereichernden Begegnungen, das wünschen wir Alex und [at] für die Zukunft. Zum zehnjährigen Bestehen gratulieren wir mit einem sonnigen und fröhlichen „Määäähhhh“ und freuen uns auch über zukünftige Begegnungen mit Alex und [at]. Schön, dass es Euch alle gibt!

Gitti und Leonie von Wiesenliebe e.V.



” Ich schätze an Alex, dass er mich immer wieder dazu eingeladen hat meine Grenzen auszutesten – und das er für eine Gespräch auf Augenhöhe da war, wenn ich an eine Grenze gekommen bin.

Andreas Hübner, bei [at] Principal Senior Data Scientist, heute Director Data & Analytics bei IFCO SYSTEMS



” Danke für die vergangenen zehn Jahre! Und für die Zukunft wünsche ich Euch viele weitere tolle Projekte und vor allem weiterhin so tolle Mitarbeiter:innen, wie Ihr sie habt, dass Ihr sie weiterhin behaltet und noch viel mehr davon bekommt!

Nina Kreuzer, Head of Business Data Improvement in Group Data Analytics, Allianz SE

# altitude training

1 1 1 0  
1 1 0 1  
1 1 1 1  
0 1 1 1  
0 1 0 0  
0 1 0 0  
1 1  
1



height\_m 524

# DAS BASECAMP FÜR KI-TRANSFORMATION

**Natur pur und Berge soweit das Auge reicht – mittendrin unser data.castle, eine Oase der Ruhe und Quelle der Inspiration. Welche Location eignet sich besser für Workations, Workshops oder Teamevents als ein schickes Chalet in Tirol? Eben!**

Die letzten zwei Jahre haben uns herausgefordert nicht nur die Art und Weise, wie wir arbeiten neu zu definieren, sondern auch die Art und Weise, wie wir uns vernetzen – und was es bedeutet, eine Kultur in einer vollständig digitalen Welt aufzubauen, in der man von überall aus arbeiten kann. Die Flexibilität, wo, wann und wie wir arbeiten, hat uns gleichzeitig produktiver und ausglichener gemacht.

Wir wissen: Flexibilität ist der Weg in die Zukunft. Aber wir wissen auch, dass wir unser Unternehmen auf unsere Kultur ausrichten und sicher zusammenkommen müssen, und zwar persönlich. Die Kultur ist unser größter Wettbewerbsvor-

teil – sie motiviert unsere Mitarbeitenden, treibt die Entwicklung innovativer Produkte voran und trägt letztlich zum Erfolg unserer Kund:innen bei.

Mit unserem **data.castle** eröffnen wir ein neues Kapitel unserer Arbeitskultur. Unsere Büros erfüllen heute einen anderen Zweck als noch vor zwei Jahren. In diesem Kontext ist es uns wichtig, Wege zu finden, die es unseren Teams ermöglichen, zusammenzukommen und sich sicher zu vernetzen – und Räume zu schaffen, die ein Gefühl der Gemeinschaft, Zusammenarbeit und Freude fördern.

Das **data.castle** ist ein aufregender neuer Ort, an dem wir die [at]-Kultur, die sich auf unsere Werte stützt, teilen und stärken können. Es ist vor allem das ideale Basislager, um Datenberge zu erklimmen, mit Ausblick zu arbeiten oder einfach mal in Sauna oder Whirlpool fünf grade sein zu lassen. Ausflüge auf ein oder zwei Brettern im Winter, im Sommer mit dem Rad beziehungsweise den Wan-

derschuhen – die Balance zwischen work und life fällt einem hier leicht.

Das **data.castle** fungiert außerdem als Trainingslager für diverse Weiterbildungs-Formate, wie beispielsweise dem data.camp, einem viertägigen Workshop für unsere Trainees.

Die Berge haben einen festen Platz in unserem Herzen und sind zugleich die symbolische Landschaft unserer Data Journey. Darum ist es wenig verwunderlich, dass unser neuer Fokus- und auch Ruhepol in den idyllischen Zillertaler Alpen liegt.





# data.castle



Offener Wohn- und Arbeitsbereich für Workshops und Schulungen



10 Schlafzimmer mit 20 Betten



360° Bergpanorama



Ski-In und Ski-Out Möglichkeiten im Hochzillertal



Direkte Anbindung zu Almen und Wanderwegen



Gemütliche Outdoor Area mit Whirlpool

” Für die nächsten zehn Jahre wünsche ich [at], dass die ambitionierten Wachstumsziele erreicht werden und dabei die Kultur und Werte nicht aus den Augen verloren werden.

Vlad Adelean



” Alex' Weg ist inspirierend und unkonventionell, einzigartig und erfolgreich! Die erste und wichtigste Dekade hat [at] geschafft. Mögen viele weitere noch kommen. Alles Gute für Deine und Eure Zukunft.

Holger Kömm, Expert Associate  
Partner Bain & Company



” Die großartige Stimmung, nette Kolleg:innen und spannende Projekte machen die Arbeit bei [at] für mich besonders. Daher wünsche ich, dass [at] sich diese tolle Arbeitsatmosphäre bewahrt.

Ahmed Abdeljaoued



” Für die nächsten zehn Jahre [at] wünsche ich weiter so viel Erfolg bei der Umsetzung von Projekten. Mögen das Miteinander und die Atmosphäre weiter so locker und professionell und die Afterwork-Partys weiterhin so wild und unterhaltsam bleiben.

Daniel Czwalina

” Ich möchte allen [at]-Mitarbeiter:innen dafür danken, dass sie uns in den gemeinsamen Projekten großartig unterstützt haben. Außerdem wünsche ich mir, dass dieser konstruktive Spirit auch die nächsten zehn Jahre und darüber hinaus erhalten bleibt.

Wolfgang Hauner, Head of Group Data Analytics,  
Allianz SE



” Bleibt so wie ihr seid! Bewahrt euch den USP, kein starrer Berateriese zu sein. Was uns besonders gut gefällt, ist eure Hands-on-Mentalität, die spürbare Liebe und dass auf allen Ebenen die Ärmel hochgekrempelt werden. Bewahrt euch eure Nahbarkeit, Ehrlichkeit und das Gute.

Stephan Kaulbach,  
Head of Data Intelligence Center, DB AG



” Schon vor meinem Start 2019 in Brixen beim Kennenlernen mit Alex in Shorts, mit Käppi und einer herzlichen Umarmung wusste ich: Hier will ich bleiben! Auf die nächsten zehn Jahre voller spannender, wertbringender Projekte und wissbegieriger Musketeers.

Linh Nguyen



” Alles Gute zum 10. Geburtstag! Vielen Dank, dass Ihr mich auf unserer Data Journey bei der Konzern-Digitalisierung der Volkswagen Gruppe jahrelang hervorragend begleitet habt. Ich wünsche Euch, dass die nächsten 10 Jahre genauso dynamisch und erfolgreich sein werden.

Dr. Alexander Borek – Data Executive,  
Buchautor und Keynote Speaker.

WIR SIND MEHR ALS EIN TEAM.  
WIR SIND MUSKETIERE.  
WIR SIND [at]



alexanderthamm



**Andreas Gillhuber,**  
Co-CEO & Head of Delivery



**Jörg Bienert,**  
Chief Customer Officer (CCO)



**Alexander Thamm,**  
Founder & Chief Executive  
Officer (CEO)



**Thomas Hecker,**  
Chief Financial Officer (CFO)



**Franziska Schropp,**  
Chief People Officer (CPO)

## EIN GRANDIOSES DANKE

geht an alle unsere Mitarbeiter:innen, Alumni, Kund:innen, Wegbegleiter:innen, Freunde und Familien, die dazu beigetragen haben, aus einer bloßen Idee, die heutige [at] zu schaffen. Herausgreifen möchte ich meine Eltern Cornelia und Mathias Thamm. Sie waren über Jahre ein zentraler Teil bei [at] – meine Mutter in der Buchhaltung & Controlling und mein Vater, der seine Karriere bei Siemens für das Arbeiten in einem Startup eingetauscht hat. Sie haben uns dabei unterstützt, Strukturen aufzubauen. Die Grundlagen für den heutigen Erfolg. Danke aber auch allen aktuellen und ehemaligen [at].musketeers! Ohne Euch wären wir heute nicht da, wo wir sind – die #1 Data Science & KI-Beratung in Deutschland!

**A** Adrian Knauer  
Ahmad Shehan  
Ahmed Abdeljaoued  
Alena Beyer  
Alena Beyer  
Alex Sintschenko  
Alexander Bauer  
Alexander Courtpozanis  
Alexander Fottner  
Alexander Haupt  
Alexander Thamm  
Alexander Todorovic  
Alexander Weiner  
Alexander Zap  
Alexander Pilotto  
Alexander Thewlis McKenzie  
Ali Ahmad  
Alina Dobrovolska  
Anastasia Andreeva  
Anastasia Heide  
Andre Hessler  
Andrea Mayer  
Andreas Ditte  
Andreas Gillhuber  
Andreas Koller  
Andreas Kuhlmann  
Andreas Kyek  
Andreas Schmidt  
Andreas Weber  
Andreas Hübner

Andreas Mazat  
Andreas Molnar  
Andreas Wolter  
Andrés Sánchez  
Andrii Mazur  
Angelica Gutu  
Anita Jochner  
Anita Breitwieser  
Anna Korotkova  
Anna Krymova  
Anne Nawrocki  
Ann-Kathrin Schneider  
Antje Jablonka  
Antonio Kallai  
Anzar Shamsie  
Armin Ibisevic  
Armin Monecke  
Arnaud Frering  
Arne Hartz  
Arne Kaldhusdal  
Asad Ali  
Ashutosh Bhattacharya  
Asli Sabanci  
Astrid Nindl  
Athanasios Kiatipis  
Avinash Chandra Mishra  
Benedikt Bott  
**B** Benita von Vietinghoff  
Benjamin Klepper  
Benjamin Mihé

Berit Marzen  
Bert Besser  
Bettina Lubach  
Bianca Speichermann  
Birgitta Wollherr  
Borys Parasochka  
Brijesh Modasara  
Burkhard Redinger  
Carina Stark  
Carina Treml  
Carlo Voß  
Carmen Traber  
Carolin Schüle  
Carsten Böhm  
Carsten Dittmar  
Charalampos Grouzakis  
Charlotte Milaknis  
Christian Lemke  
Christian Van Alphen  
Christian Oedingen  
Christian Essling  
Christian Kroiß  
Christian Maidl  
Christiane Mogk  
Christina Sievers  
Christina Mavridi  
Christina Wittig  
Christine Julia  
Christoph Berreth  
Christoph Ruchlak

Claudia Djukic-Müller  
Clementina Kambobe  
Corinna Velaj  
Cornelia Thamm  
Daniel Czwalinna  
Daniel Kaulbach  
Daniel Lampertseder  
Daniel Hild  
Dario Leonard  
David Rillh  
David Kuda  
Dennis Wagner  
Diego Selle  
Dina Krayzler  
Doanh Nguyen  
Dominik Kraft  
Dominik Koch  
Duygu Gülcehre  
**E** Elena Danchyshyna  
Elie Chdid  
Elke Bader  
Emily Söhler  
Emre Arkan  
Eric Stocklassa  
Erwin Rudi  
Eugenia Riger  
Fabian Wagner  
**F** Fabian Eder  
Fabian Eifler  
Fabian Nett

Farhad Safaei  
Felix Althammer  
Felix Fischer  
Felix Walter  
Felix Klein  
Felix Scheffler  
Felix Xaver Krisch  
Florian Hornung  
Florian Seifert  
Florian Wasserrab  
Florian Reichel  
Florian Sattler  
Florian Zipperle  
Francisca Braga da Cruz  
Frank Moritz  
Franziska Schropp  
Fridtjof Zimmermann  
Gabriel Oexle  
**G** Gabriele Gerold  
Gül Gecekus  
Gundula Rauch  
**H** Hakan Cinal  
Halidun Yüksel  
Hanna Rump  
Hannah Müller  
Hans Rauer  
Hans Peter Bühler  
Heike Horch  
Henrik Maas  
Henry Gander

**I** Houssem Chattaoui  
Ilka Klug  
Ina Kuhn  
Iphigenia Markou  
Irfan Basha  
Ivonne Kreher  
**J** Jacques Abena Nsah  
Jahed Naghipoor  
Jakob Faßnacht-Ohnesorge  
James Richardson  
Jan Bilek  
Jan Kaltenbacher  
Jan Hendrik Clausen  
Janina Steinert  
Jannes Lojkasek  
Jens Lehnhardt  
Jerome Würf  
Jette Lutz  
Jiwu Zhao  
Joachim Sarkoschitz  
Johann Zeilberger  
Johannes Brandau  
Johannes Nagele  
Johannes Pöppelmeyer  
Johannes Kuhn  
Johannes May  
Jonas Gerth  
Jonas Lehmann  
Jörg Bienert  
Jose Manuel Berutich Lindquist

Josef Wiesbauer  
Josephine Gehlhar  
Judith Stagl  
Julia Krusch  
Julia Kullmann  
Julian Germek  
Julian Willand  
Juliane Hammer  
Juliane Menge  
Julie Anne McKenna

K

Jürgen Stary  
Kaan Özkan  
Karin Jochmann  
Karl Schriek  
Karola Ring  
Karoline Hartmann  
Katharina Achilles  
Katharina Brandl  
Katharina Pöppel  
Katharina Dietl  
Katharina Ring  
Katharina Schachmatov  
Kathrin Guckes  
Kathrin Schelbaum  
Kerstin Karpowitz  
Kerstin Kolb  
Kevin Risch

L

Kilian Vermeulen  
Klaus Roßmann  
Laura Sturz  
Laura-Luisa Velikonja  
Laurenz Krauskopf  
Leon Luithlen  
Leonard Rosen  
Leonie Kreuser  
Leonie Ailler  
Lianet Vazquez Fernandez  
Linda Frahnke  
Linh Nguyen  
Linh Dang  
Liora Feicht  
Lisa Bartmann  
Lisa Schreiber  
Lisa-Marie Graf  
Livia Kaiser

Lorenz Haller  
Louis de Gasté  
Luca Bruder  
Luca Maria Trautmann  
Lucia Karch  
Lucy Schretter  
Ludwig Brummer  
Luis Hillerbrand  
Luis Theobald Bros  
Luise Krispenz  
Lukas Bernhard  
Lukas Lux  
Lukas Müßle  
Lukas Oldach

M

Magnus Metz  
Manuela Blaser  
Marc Böggemann  
Marc BoschFauli  
Marcel Weifels  
Marcin Wojtyczka  
Marco Plaul  
Marc-Pascal Richter  
Marcus Bindel  
Maria Caracciolo  
Maria Fuchs  
Maria Joß  
Maria Egorova  
Maria-Sophie Liess  
Marie-Luise Thurow  
Marina Rubio López  
Mario Kuhn  
Marius Gnoth  
Marius Försch  
Mark Vollmer  
Markus Appel  
Markus Finkler  
Marlon Gehlenborg  
Marouane Sassi  
Marsida Toska  
Martha Tsakpini  
Martin Gramlich  
Martina Schneider  
Mary Reni Rajaiian  
Mathias Thamm  
Matin Emrich

N

Matko Soric  
Matthew Bediako Okrah  
Matthias Heitmann  
Matthias Lein  
Matthias Lenfers  
Max Moser  
Max Schröfelbauer  
Max Zipfel  
Maximilian Mandl  
Maximilian Pensel  
Maximilian Ries  
Maximilian Barg  
Maximilian Ries  
Maximilian Schmalhofer  
Maximilian Simon  
Melanie Kühle  
Melanie Simanowski  
Melike Yüksel  
Mercedes Hauptkorn  
Mica Ofner  
Michael Gehring  
Michael Gilles  
Michael Heil  
Michael Oberhauser  
Michael Scharpf  
Michael Gramlich  
Michael Köhn  
Michael Ludwig  
Michael von Staden  
Michaela Schlögl  
Michaela Tiedemann  
Michelle Reckstadt  
Mihail Vieru  
Mira Jaber  
Mohammad Soori  
Moritz Osterberger  
Muhammad Adib Bin Ali  
Nadhir Azzabi  
Nadiem von Heydebrand  
Nadine Schneider  
Nadine Schneider  
Nadja Thamm  
Naghmech Fazeli  
Natalie Engelhorn  
Navabharathi Chintanapalli

O  
P

Nicholas Drude  
Nicholas Kappel  
Nicholas Abad  
Nico Becker  
Nicole Hareza  
Nida Lovchev  
Nikita Volkov  
Niklas Keil  
Niklas Martin  
Nils Tzscharnke  
Nina Kubitschek  
Nischal Neupane  
Noemi Salamone  
Oliver Hilgers  
Oliver Rosenhahn  
Pablo Zuazo  
Pascal Badzura  
Pascal Bundschuh  
Pascal Hess  
Patrick Kinter  
Patrick Glauner  
Patrick Ramos  
Paula Angelica  
Pawel Winokurow  
Peter Schulz  
Peter Feldmeier  
Peter Mayer  
Philipp Waldvogel  
Philipp Buss  
Philipp von Mengersen  
Philipp Mathäus Müller  
Philippe Büdinger  
Pia Boster  
Praveena Ponnuthurai  
Raffael Vogler  
Raghavendra Kamath Bola  
Ralf Dlugi  
Raziuddin Khazi  
Rebecca Kächele  
Reinhard Sauckel  
Richard Bachmaier  
Robert Junklewitz  
Robert Kerscher  
Robert Mumcu  
Robin Schäfer

R

S

Rocky Auer  
Roland Wiltfang  
Rostislav Nedelchev  
Rostislav Nedelchev  
Ruth Köhler  
Sabrina Seib  
Sahar Schams  
Salil Mishra  
Samir Wafa  
Samuel Demir  
Sarah Lallié  
Sarah Phillipp  
Sarah Eichmann  
Sarah Steck  
Sarah-Amina Smoot  
Saskia Christ  
Sebastian Blum  
Sebastian Grünwald  
Sebastian Hagn  
Sebastian Seiffert  
Sebastian Straub  
Sebastian Lochbrunner  
Selam Woldetsadick  
Seraphina Huber  
Simon Decker  
Simon Mayerhofer  
Simon Weiß  
Simon Kaltenbacher  
Sina Kelbing  
Sirtan Zaefferer  
Sohaib Zafar  
Sophia Gebhardt  
Stefan Brunnlechner  
Stefan Lautenbacher  
Stefan Schaub  
Stefan Sels  
Stefan Kuhl  
Stefan Schneider  
Steffen Bunzel  
Stephanie Fabian  
Susanne Amrhein  
Susanne Zeidler  
Svenja Dietz  
Syed Usama Jamil  
Talal Younis

T

Tanja Jochmann  
Tanja Brosch  
Tarun Vallabhuni  
Thomas Ascher  
Thomas Gerle  
Thomas Hecker  
Tim Krause  
Tim Krebs  
Tim Pommerin  
Tobias Lindner  
Tobias Mühler  
Tobias Emmerich  
Tobias Jochmann  
Tobias Winkler  
Tolga Öztürk  
Tomislav Bodrozic  
Travis Hammond  
Ursula Besbak  
Vanessa Snagowski  
Veenaagaran Rajalingam  
Venetia Christina Deska  
Verena Gruber  
Victor Seifert  
Victor Alexandru Grigoroiu  
Vincent Engel  
Vinoth Kumar Dhandapani  
Viola Radovics  
Vivian Pankotsch  
Vlad Ardelean  
Volker Benjamin Rogg  
Vyshakh Unnikrishnan  
Walter Simson  
Walter White  
Werner Hoffmann  
Wolfgang Reuter  
Yannik Jozefowski  
Yaroslav Smolyaninov  
Yefet Ben Tili  
Youssef Madkour  
Zdravko Yanakiev  
Zoé Blumenwitz

U  
V

W  
Y

Z

EUER *A. Thamm*

# IM PRESSUM

## Herausgeber

© Alexander Thamm GmbH  
Sapporobogen 6-8  
80637 München  
T: +49 89 307 60 880  
E: [contact@alexanderthamm.com](mailto:contact@alexanderthamm.com)

## Redaktion

Christian van Alphen, Sirtan Zaefferer,  
Lukas Lux, Lisa-Marie Graf

## Bildredaktion

Nida Lovchev, Jannes Lojkasek,  
Stefan Brunnlechner, Francisca Braga da Cruz,  
Marina Rubio López

## Layout und Art-Direktion

Meik Stefan Küst,  
[meik-kuest.de](mailto:meik-kuest.de)

## Klimaneutral gedruckt bei

[wir-machen-druck.de](http://wir-machen-druck.de)

## Bildnachweis

Cover und Rückseite:  
Daniel J. Schwarz / Unsplash  
Seite 4-5: Tyler Lastovich / Unsplash  
Seite 66-67: Hannah Busing / Unsplash  
Seite 2: Visions-AD / [stock.Adobe.com](http://stock.Adobe.com)  
Seiten 6-7: Kevin Carden / [stock.Adobe.com](http://stock.Adobe.com)  
Seiten 14-15: The Cherokee / [stock.Adobe.com](http://stock.Adobe.com)  
Seiten 30-31: Ondra / [stock.Adobe.com](http://stock.Adobe.com)  
Seiten 44-45: m.mphoto / [stock.Adobe.com](http://stock.Adobe.com)  
Seiten 60-61: The Cherokee / [stock.Adobe.com](http://stock.Adobe.com)  
Seiten 70-71: Soloviova Liudmyla / [stock.Adobe.com](http://stock.Adobe.com)  
Seite 78: Alex Photo / [stock.Adobe.com](http://stock.Adobe.com)



# DIE [at] BASECAMPS

Unsere Data Journey startete vor 10 Jahren in unserem Basislager in München. Inzwischen haben wir an sieben Städten in Deutschland [at]-Zelte aufgeschlagen und blicken auch schon über Landesgrenzen hinweg: Standorte in Wien und Innsbruck sind bereits aktiv in Planung.

Als remote-friendly Unternehmen setzen wir auf ein hybrides Arbeitsmodell. Zugleich legen wir aber großen Wert darauf, [at].basecamps vor Ort zu betreiben. So wollen wir unseren Kolleg:innen und Kund:innen Orte der Begegnung und Zusammenarbeit bieten – denn der persönliche Kontakt und Austausch ist unersetzlich und wird daher immer Teil unserer Philosophie bleiben.





alexander**thamm**

On to the next  
**Data Journeys...**

follow [at] on  
LinkedIn:

