

SELLWERK setzt beim Nürnberg Digital Festival auf die Top-Themen Frauen in der Wirtschaft, KI und Start-ups

- Gemischte Teams sind erfolgreicher! Frauen in Unternehmen sind aus wirtschaftlicher Sicht ein wichtiger Faktor
- Experten aus der Nordbayerischen Start-up- und Tech-Szene teilten exklusive Einblicke und Strategien

Nürnberg, 19. Juli 2024: Das waren sie! Zehn Tage vollgepackt mit spannenden Diskussionen, regem Austausch und vielen Insights. Auf dem [Nürnberg Digital Festival](#) konnten mehr als 15.000 Teilnehmer:innen in über 200 Workshops und Networking-Events Kontakte knüpfen und in neue Perspektiven eintauchen. Damit war das Event ein voller Erfolg und brachte viele wichtige Erkenntnisse. Das Mittelstandsnetzwerk [SELLWERK](#) beteiligte sich gleich mit fünf Veranstaltungen, an denen 500 Besuchende partizipierten. Es zieht Bilanz und hat drei Aha-Erlebnisse sowie die größten Mehrwerte aus den wichtigsten Panels zusammengetragen.



(V. l. n. r.) Fabian Bodensteiner (Managing Director, Europe, Worldcoin Foundation), Michael Oschmann (CEO, Müller Medien), Julia Kahle (CEO, Heynanny), Benjamin Bauer (CEO, ZOLLHOF) und Michael Amtmann (Leiter New Business Müller Medien)

1. Künstliche Intelligenz kann vieles – aber eben nicht alles!

Seit mehr als zwei Jahren ist das Thema KI nicht mehr wegzudenken, doch unterschätzen noch immer viele Unternehmen die Relevanz dieser zukunftsweisenden Technologie. Alexander Thamm ist Experte auf dem Gebiet und weiß, dass Unternehmen sich der neuen Entwicklung nicht verschließen dürfen, andernfalls drohen sie aus dem Wirtschaftsmarkt verdrängt zu werden.

„In der Zukunft wird es nur noch zwei Arten von Unternehmen geben: diejenigen, die KI nutzen, und diejenigen, die nicht mehr existieren. Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen KMU ihre einzigartigen Daten nutzen und spezialisierte KI-Modelle entwickeln, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Nur so können sie sich Wettbewerbsvorteile schaffen, die andere Firmen nicht leicht kopieren können“, erklärt der KI-Experte.

Harte Worte, die allerdings die Bedeutung von KI für die eigenen Geschäftsprozesse unterstreichen. Denn laut Thamm investieren große Unternehmen wie Google und Apple bereits massiv in KI, was die Dynamik und den Wettbewerb in der Branche verstärkt. Hier müssen klein- und mittelständische Betriebe mitziehen, denn Informationen werden zur wertvollsten Ressource und maßgeblich für die Zukunft eines Unternehmens. Im Dialog mit Michael Oschmann, geschäftsführender Gesellschafter der Müller Medien GmbH & Co. KG und CEO von SELLWERK, werden jedoch auch die Grenzen der technologischen Entwicklungen deutlich. In seinem Plädoyer für den zwischenmenschlichen Austausch findet er klare Worte für die Grenzen der künstlichen Intelligenz:

„Die KI wird zu einer Allgegenwärtigkeit einer Unmenge von Informationen und Möglichkeiten in Form von Texten, Bildern und Videos führen. Wir werden beim Mittelstand vor Ort weiter auf die Beratung von 1:1 Kontakt mit Menschen setzen, um diese Chancen mittels Nähe und Vertrauen individuell mit unseren Partnern zu erklären“, so Michael Oschmann.

Deutschland droht zum digitalen Entwicklungsland zu mutieren, dabei verfügt es über hervorragende Forschungseinrichtungen und renommierte KI-Forscher. Besonders in Bezug auf den bestehenden Fachkräftemangel bietet sie große Chancen, um die Produktivität sowie Effizienz zu steigern und den Arbeitsmarkt langfristig zu entlasten. Die Herausforderungen liegen aktuell in der praktischen Anwendung von KI. Hier müssen KMU es schaffen, die Technologien erfolgreich umzusetzen und zu skalieren.

2. Frauenpower im Mittelstand: Zukunftschancen und Potenziale nutzen

Einen weiteren spannenden Dialog präsentierte Constanze Oschmann, CEO vom Mittelstandsnetzwerk SELLWERK und Vizepräsidentin der mittelfränkischen Industrie- und Handelskammer. Zusammen mit Julia Bangerth, stellv. Vorstandsvorsitzende und COO & CHRO bei DATEV eG, fordert sie einen Perspektivwechsel im aktuellen Diskurs zu Frauen in der Wirtschaft:

„Viele gut ausgebildete Frauen stehen der Wirtschaft nicht zur Verfügung, obwohl sie gerne arbeiten würden. Es müssen Rahmenbedingungen geschaffen werden, um dieses wichtige Potenzial für die Wirtschaft zu erschließen. Es ist wichtig, eine Gesellschaft zu etablieren, in der es selbstverständlich ist, dass Frauen ebenso zahlreich in der Wirtschaft vertreten sind wie Männer“, erklärt Constanze Oschmann.

Auch Bangerth betonte das große wirtschaftliche Potenzial, das eine Normalisierung weiblich besetzter Führungspositionen zu bieten hat. Ihr zufolge profitieren Firmen dadurch nicht nur hinsichtlich einer diversen Unternehmenskultur, sondern auch in Bezug auf die Gewinnmaximierung. Sie appelliert deshalb sowohl an die Frauen, mutig zu sein und den ersten Schritt zu wagen, als auch an die Organisationen, ihre Strukturen flexibel zu gestalten:

„Frauen neigen oft dazu, sich nicht zu bewerben, wenn sie dem Anforderungsprofil nicht zu 100 Prozent entsprechen. Dabei müssen sie im Vorfeld nicht alles können! Wenn sie selbst nicht an ihre Fähigkeiten

glauben, wird es auch sonst niemand tun. Und gleichzeitig ist auch unsere Wirtschaft gefordert, die Systeme attraktiver für Bewerberinnen zu gestalten. Das fängt bei flexiblen Arbeitsmodellen an und geht weiter zur Transparenz über Zahlen bis hin zu Trainings gegen einen Unconscious Bias“, so die Expertin.

Oschmann und Bangerth nehmen bereits positive Entwicklungen in die richtige Richtung wahr, doch der Weg für viele Frauen in die Wirtschaft ist noch immer erschwert. Ihre wichtigsten Erkenntnisse?

- Netzwerke sind enorm wichtig, um sich auszutauschen und Personen mit dem gleichen Ziel zu finden.
- Es erfordert Mut und Frauen müssen zu sich und ihren Fähigkeiten stehen.
- Diverse Teams sind erfolgreicher! Frauen in Unternehmen sind aus wirtschaftlicher Sicht ein wichtiger Faktor und keine Organisation kann es sich entgehen lassen, gut ausgebildete Mitarbeiterinnen einzustellen.
- Es bedarf mehr weiblicher Vorbilder für die jetzigen und die kommenden Generationen!

Unternehmen müssen umdenken und niedrigschwellige Einstiegsmöglichkeiten bieten, damit diejenigen, die etwas in der Wirtschaft bewegen wollen, überhaupt eine Chance erhalten. Hier gibt es also noch viel zu tun.



Constanze Oschmann (CEO von SELLWERK, hier links) und Julia Bangerth (Stellv. Vorstandsvorsitzende, COO & CHRO bei DATEV eG, rechts im Bild)

3. Das Potenzial von Start-ups nutzen und groß denken

Eines der Highlights während des Events war die Worldcoin Foundation aus Erlangen, die sich zusammen mit Tools of Humanity auf die Entwicklung eines universellen Identitäts- und Finanznetzwerkes spezialisiert hat. In seinem Vortrag erklärte der Managing Director, Europe, Worldcoin Foundation Fabian Bodensteiner, wie es das Projekt schaffte, sich aus der fränkischen Start-up-Szene ins Silicon Valley zu katapultieren. Sein größtes Learning? Kooperation!

„Die Zusammenarbeit von KMU und Start-ups kann extrem förderlich sein. Unternehmen, die früh in Start-ups investieren, können deren Produkte nutzen und einzelne Fachbereiche outsourcen. Auf der anderen Seite können die kleineren Start-ups von der bereits bestehenden Reichweite ihrer Kooperationspartner profitieren. "Das ist eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten!"

Für Benjamin Bauer, CEO bei Zollhof – Tech Incubator, brachte der rege Austausch gleich zwei entscheidende Erkenntnisse im Umgang mit Start-ups. Sein Ansatz lautet: Think big!

„Ich glaube, groß denken bringt einen weiter. Wer an 1.000 Prozent denkt und am Ende 500 Prozent erreicht, ist immer noch auf der Gewinnerseite. Gleichzeitig ist es essentiell, in starken Ökosystemen zusammenzuarbeiten, wo genügend Talente und Kapital vorhanden sind, um das eigene Unternehmen aufzubauen und dann schließlich aus skalieren zu können“, so Bauer.

Die Expert:innen aus der nordbayrischen Start-up- und Tech-Szene machen es vor: Wer etwas bewegen möchte, sollte sich breit aufstellen und sich Verbündete suchen. Ein gemeinsames Netzwerk ist dabei essenziell.

Fazit: Nach dem Festival ist vor dem Festival

Das Event 2024 ist gerade erst vorbei, schon beginnt für SELLWERK und die Müller Medien GmbH & Co. KG die Planung für das kommende Jahr. Für die Teilnehmer:innen des diesjährigen Digital Festivals heißt es erst einmal rekapitulieren und die gewonnenen Erkenntnisse für das eigene Unternehmen nutzen. Die Dialoge und Paneldiskussionen machten eine Sache deutlich: Die deutsche Wirtschaft hat noch einige Hausaufgaben auf. Sei es die Implementierung von Künstlicher Intelligenz, der notwendige Perspektivwechsel im Diskurs über Frauen in Unternehmen oder die Förderung von Start-ups. Doch stehen Verantwortliche diesen großen Herausforderungen nicht chancenlos gegenüber. Der Schlüssel ist ein gutes Netzwerk. Gemeinsam lässt sich der wirtschaftliche Wandel stemmen. Egal ob KMU, Start-up oder Konzern – wer gut vernetzt ist, hat gute Aussichten auf eine langfristig wettbewerbsfähige Zukunft.

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftsichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

Pressekontakt Agentur

Christina Schoof | Mashup Communications | +49.30. 832.119.75 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK

Frank Schieback

CMO – Marketing/Produkt
frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart

Leiterin Markenkommunikation
angela.steinhart@sellwerk.de