

# Interview Digaroo – ISS Software GmbH

Digaroo, das junge EdTech Startup aus Hamburg kann sich zu den Corona Gewinnern zählen. CEO Hendrik Emrich erzählt im Interview, was diese Pandemie in Sachen Digitalisierung und lebenslanges Lernen ausgelöst hat.

Frage 1: Guten Tag Herr Emrich. Was ist Ihre Einschätzung? Wie hat sich die Situation ihrer Kunden oder generell der Unternehmen und Mitarbeiter durch die Entwicklungen während der Pandemie verändert?



Gründer Hendrik Emrich im Gespräch

Antwort 1: Ähnlich wie für uns persönlich verändert Corona natürlich auch für Unternehmen momentan sehr viel. Auch Banken und Versicherungen sind dieser massiven Ungewissheit, dem ständigen Veränderungsprozess ausgesetzt und das Arbeitsleben jeden Mitarbeiters/in hat sich hin zu Home Office/Remote Work signifikant verändert.

Natürlich hat sich keiner einen solchen externen Schock als Ursache der

Veränderung gewünscht, aber letztlich kommt es nicht auf die Ursache an, sondern auf die Wirkung. Ganz konkret besteht diese darin, dass nahezu alle deutschen Unternehmen, da reden wir von weit über 3 Mio. mit zig Millionen Mitarbeitern, die ja auch nicht alle im Inland oder an einem Standort tätig sind, künftig Remote, d.h. im Home Office arbeiten müssen. Da stehen wir erst am Anfang einer riesigen Veränderung für Unternehmen und deren Mitarbeiter.

Wir sind es gewöhnt, uns im Büro, im Meetingraum mit Kollegen oder in der Kaffeeküche physisch zu treffen und uns auszutauschen. Natürlich arbeiten moderne Unternehmen schon lange Remote und nutzen Video Conferencing, aber das eigentliche Geschäft wird meistens zwischenmenschlich „Face to Face“ gemacht. Gerade im Finanz- und Versicherungsbereich ist das Händeschütteln, das sich in die Augen schauen bei dem die „Chemie stimmen muss“, ausschlaggebend, ob man ins Geschäft kommt oder nicht.

Das hat mich ehrlich gesagt schon immer etwas gewundert und übrigens auch davon abgehalten, so manche Fintech bzw. Insurtech-Idee umzusetzen. Denn wenn immer zwingend

zwischenmenschliche Kontakte nötig sind, um überhaupt ins Geschäft zu kommen, hemmt das schon die Digitalisierung der Prozesse und auch das Geschäft. Genau das sehen wir ja gerade, denn nun fallen diese Kontakte plötzlich fast komplett weg. Wir sollten aber nicht den Fehler machen, erst wieder Geschäfte abzuschließen und unserem Business nachzugehen, wenn „alles vorbei ist“. Denn keiner weiß, wie lange „The New Normal“ anhält, der Name ist ja Programm.

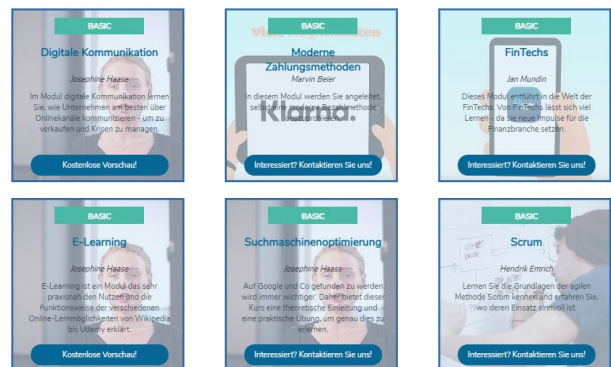
Der ohnehin erforderliche Prozess, sich als Unternehmen und Mensch flexibler aufzustellen, Veränderungen aktiv mitzugestalten, sich selbst zu disruptieren, Geschäftsmodelle anzupassen, muss statt in Jahren nun in wenigen Monaten, vielleicht Wochen umgesetzt werden. Es ist zwar verständlich, dass dies viele überfordert, aber es ist dennoch unerlässlich ihn möglichst schnell anzunehmen.

Es geht für Unternehmen auch darum, ein neues, agileres Mindset zu vermitteln, die digitalen Skills der Mitarbeiter „in der Breite“ zu verankern, das ist die Basis für den erforderlichen Change Prozess. In erster Linie geht es aber darum, Hemmschwellen und Ängste vor neuen Dingen, wie digitalen Tools zu nehmen. Diese sollen das Arbeitsleben erleichtern, Teams produktiver und schneller machen und nicht Ängste schüren.

Aber dennoch tut jede Verhaltensänderung ein bisschen weh,

genau wie das erste Mal ein Uber statt eines Taxis zu bestellen. Statt wie die letzten 20 Jahre Excel To-Do Liste zu nutzen, einfach mal offen sein, in der Cloud zu arbeiten, ist für viele ein Riesenschritt. Diesen versuchen wir über interaktive E-Learnings den Mitarbeiter spielerisch und aktiv zu vermitteln. Wir wollen sie ins „Doing“ bringen, sie sollen nicht passiv mit verschränkten Armen unsere Videos konsumieren, sondern aktiv und investiv einfach mal neue Dinge im Video ausprobieren.

Wir zwingen sie zwar nicht ein Uber zu nehmen oder Bitcoin zu kaufen, zeigen aber, dass dies viel leichter ist als man denkt. Man muss den Usern aber immer die Wahl lassen, viele nehmen dann doch lieber das Taxi oder verwenden weiter Excel, aber wir haben die Erfahrung gemacht, dass noch mehr ziemlich happy sind, wenn sie eigene Verhaltensmuster aufbrechen.



Auswahl der Digaroo Module

Frage 2: Warum haben viele Menschen so viel Angst vor neuen Technologien, wie können Unternehmen ihren Mitarbeitern dabei helfen, diese zu überwinden und was hat Corona damit zu tun?

Antwort 2: Es ist bei neuen Technologien vor allem ein Verständnisproblem. Aber man muss sich auch die Zeit nehmen und sich damit beschäftigen. Ähnlich wie bei der Corona App, die kaum einer nutzt, da sie angeblich einen Eingriff in die Privatsphäre darstellt. Dass wir alle täglich erheblich mehr von uns preisgeben, z.B. wann wir uns wo aufhalten über Google Maps, dass wir in ganz anderen Bereichen unseres Lebens, z.B. in Facebook oder Instagram mehrfach täglich erheblich mehr Daten über uns preisgeben, als dies über die Corona App der Fall ist, verstehen viele einfach nicht. Einige wollen es aber auch nicht wahrhaben, dass die Digitalisierung über Nacht quasi alles verändert und sie sich anpassen sollten, privat wie beruflich. Diese Urangst spielerisch zu überwinden, den Mitarbeitern zu zeigen, dass es eigentlich überhaupt nicht schmerzhaft ist, mal neue Dinge auszuprobieren, sondern meistens wirklich Spaß macht, ist unser Anspruch und mein Ansporn.

Aber zunächst bedarf es einer transparenten Aufklärung, es muss ein Konsens bestehen, WARUM der Mitarbeiter neue Wege beschreiten sollte. Und damit wären wir auch wieder bei der Ursprungsfrage, denn Corona zeigt uns gerade in aller Brutalität, dass das Natürliche viel gefährlicher ist als das Künstliche. Diese Tatsache sollte auch unsere Sicht auf künstliche Intelligenz und Technologie nachhaltig verändern. Auch deshalb dürfen wir den Blick auf das große Ganze nicht verlieren. Unsere Furcht

vor neuen Technologien mag durchaus gerechtfertigt sein, doch ist die Angst davor völlig übertrieben. Am Ende des Tages hilft KI den Menschen weit mehr, als sie Schaden zufügen.

Nicht künstliche Technologie bringt unser Leben gerade zum Halt, sondern ein natürlicher Virus. Zwar mag Technologie bei der initialen Ausbreitung geholfen haben, aber Technologie, angefangen von Reinigungsmitteln, Impfungen, Mathematik, Gebäuden, Schutzkleidung, Masken oder Medizinwissenschaften ist es, die uns nun davor schützt, nicht umgekehrt. Weder Globuli, Homöopathie noch andere Pseudo Heilmittel wehren den Virus ab. Nein, knallhart erprobte und wirksame Technologie und Wissenschaft tun das. Technologie ist nicht unser Feind. Technologie ist von Menschen geschaffen, um Menschen - vor allem gegen die Unannehmlichkeiten der Natur - zu helfen. Ich hoffe, dass wir durch diese Offenbarung aus der Krise wieder ein gesünderes Verhältnis sowohl zur Natur als auch Technologie haben werden.

Frage 3: Was haben die aktuellen Themen und Probleme aus Ihrer Sicht für eine Langzeitwirkung für die deutsche Versicherungs-, Banken und Finanzindustrie?

Antwort 3: Da bin ich mir noch nicht sicher, alles hängt von der Veränderungsbereitschaft der Unternehmen, insbesondere innerhalb der Geschäftsführung ab. Aber wenn nicht jetzt, in der vielleicht tiefsten Krise der

letzten Jahrzehnte, wann dann? Es gibt keine Alternative, diese Krise muss als Anlass genommen werden, das eigene Geschäftsmodell komplett zu überdenken und Digitalisierung noch stärker im Unternehmen zu pushen und eben nicht danach wieder alles auf den Prüfstand zu stellen. Es ist nicht nur ein Lakmустest für jeden Menschen, wirklich jede(n) einzelne(n), sondern auch für jedes Unternehmen.

Dabei darf man sich aber nicht in die eigene Tasche lügen und denken, man ist mitten in der digitalen Transformation, weil man 3 Mal am Tag ein Video Conferencing Tool unfallfrei bedienen kann. Um es klar zu sagen: Die Nutzung von Zoom und Skype hat mit digitaler Transformation nichts zu tun, das verwechseln einige. Manchmal staunen wir als StartUp über die Aufregung in großen Unternehmen, weil die Mitarbeiter nun plötzlich Online-Konferenzwerkzeuge verwenden müssen. Diese Tools werden in anderen Ländern, von erfolgreichen Unternehmen seit 20 Jahren benutzt und zwar mehrmals täglich. Das klingt hart, ist aber die Realität und wir sollten tunlichst schnell aufholen.

Viele Mittelständler tun sich aber schon mit dem „Ein-mal-Eins“, der „Digital Literacy“ schwer, was eben an der mangelnden Veränderungsbereitschaft zu tun hat. Denn eigentlich sollten wir bei digitaler Transformation über Einsatz von KI, Chatbots, Robotics, VR/AR und Quantum Computing reden. Wenn wir

hier nicht bald in Europa aufholen, reden wir weiterhin global aneinander vorbei.

Unser E-Learning versucht bspw. über digitale Grundkurse sowohl noch nicht so versierten Usern die Basics beizubringen, als auch Digital Natives komplexere Sachverhalte wie Blockchain oder Krypto-Währungen zu vermitteln.

Wir verweisen in unseren Erklärvideos und Online Kursen immer wieder darauf, wie erfolgreiche, digital und datengetrieben aufgestellte Unternehmen wie Amazon, Tesla oder Google an die Probleme herangehen würden. Keiner kann ein „Patentrezept“ für jedes Unternehmen aus allen Branchen liefern, denn das gibt es nicht. Dafür sind die Ausgangslagen zu unterschiedlich, die Probleme zu divers und das Mindset innerhalb der Belegschaft zu heterogen. Was wir aber sehr wohl in unseren Videos, z.B. zum Thema „Wie baue ich ein Minimum Viable Product/MVP?“ versuchen aufzuzeigen ist, wie das MVP von Airbnb oder Apple vor vielen Jahren aussah und warum wir nicht ähnlich vorgehen sollten.

Deutsche Unternehmen müssen von GAFAs lernen und sie nicht bekämpfen. Sie sollten sich eher Dinge abgucken, von mir aus auch kopieren. Sie sollten versuchen, ihr eigenes Mindset mit dem Handeln digital denkender Menschen zu vergleichen und natürlich aktuell auch wie mit der Krise umgegangen wird.

So hat z.B. Amazon gerade vermeldet, dass 100.000 Mitarbeiter eingestellt werden. Und dass nicht nur, weil sie im E Commerce tätig sind. Nein, solche Firmen werden genau solche Krise nutzen, um in neue Geschäftsfelder hineinzuwachsen, damit meine ich insbesondere auch Banking und Insurance. Und bislang habe ich auch von Tesla nicht von Einstellungsstopps gehört bzw. dass die neue Fabrik in Brandenburg wieder infrage gestellt wird oder das Wachstum gedrosselt wird. Das Gegenteil ist der Fall.

Leider hören wir aktuell aber häufig, dass die Digitalisierung gerade im deutschen Mittelstand angesichts bzw. nach der Krise wieder "hinten angestellt" wird. Das wäre genau die falsche Reaktion. Dann wäre am Ende auch nicht die Corona-Krise schuld, dass wir noch mehr den Anschluss verlieren. Unternehmen, die immer noch nicht verstanden haben, dass Digitalisierung kein „Projekt“ ist neben vielen anderen, dass jederzeit wieder auf den Prüfstand oder „on Hold“ gesetzt werden kann, ist schwer zu helfen.



Digaroo Homepage

Frage 4: Was konkret können große Unternehmen von Startups in punkto

Digitalisierung, Remote Work und Krisenbewältigung lernen?

Antwort 4: Die jetzige Krise muss von deutschen Unternehmen genutzt werden, ihren Mitarbeitern die Angst vor Veränderung und „neuen“ Dingen zu nehmen. Sie müssen mehr Verantwortung erhalten, was im Home Office unerlässlich ist und ihr eigenes Geschäftsmodell immer und jeden Tag wieder auf den Prüfstand stellen. Es kann nicht sein, dass diese Krise für Banken nur deshalb eine Sonderkonjunktur mit sich bringt, weil mehr KfW und sonstige Corona Sonderkredite nachgefragt werden. Das ist weder nachhaltig, noch dient es dazu aufzuholen.

Wir haben momentan viele Anfragen für Lernvideos und Online-Kurse zu Themen wie New Work, verteiltes Arbeiten. Hierbei gehen wir den Problemen im Home Office auf den Grund. Diese sind nicht uniform, sondern bei allen unterschiedlich. Viele Kunden klagen noch immer über Einschränkungen der Bandbreite, langsame Internetgeschwindigkeiten, überlasteten Servern und VPN-Netzen. Andere schaffen es nicht, sich in Zoom ein professionelles Hintergrundbild einzurichten. Es ist in diesen Tagen gut zu wissen, dass man mit seinen Problemen nicht alleine dasteht. Aber es macht vielleicht auch Sinn, sich Rat bei Firmen zu suchen, die das notgedrungen seit jeher machen und Lösungen finden müssen. Das kann man sehr gut über E-Learning vermitteln.

Natürlich haben wir bei weitem nicht die Größe und Manpower, aber wir als StartUp arbeiten seit Gründung größtenteils im Home Office. Oder auch mal im Co-Working Space, wenn wir zusammenkommen müssen. Es ist für uns völlig unerheblich, wo wir arbeiten, die Frage ist eher wie. Man muss nur Zugang zu den richtigen Tools haben, Tasks priorisieren und die technischen, prozessualen und operativen Möglichkeiten schaffen. Und wenn das der Fall ist, dann frage ich mich, warum soll man dann nicht, überall in der Lage sein, effektiv zu arbeiten? Egal ob als Startup, Versicherung oder Bank?

Wenn das schlimmste an der Situation ist, dass meine Mitarbeiter nicht mehr ins Büro kommen dürfen, aber im Home-Office nicht zurechtkommen, dann bin ich eigentlich ganz zuversichtlich. Sich flexibel und ortsunabhängig aufzustellen, kann man eigentlich allen Unternehmen und Coaches empfehlen. Denn es kann nicht sein, dass ich meinen Kunden rate, sich flexibler aufzustellen, ihre Kunden künftig mehr über digitale Kanäle zu beraten, und ich selbst auf Präsenzseminare und Trainings angewiesen bin. Auch diese werden nie wieder kommen

Frage 5: Was können deutsche Unternehmen nun kurzfristig tun, um sich an die neue Situation anzupassen, den Arbeitsalltag zu meistern, sie aber langfristig sogar für sich nutzen und als

Chance ansehen? Und wie kann DIGAROO dabei helfen?

Antwort 5: Erstmal diese Krise und neue Situation annehmen und sie als Chance begreifen, denn nichts anderes ist sie. Wenn Corona vorbei ist, werden wir auch und vermutlich in immer kürzeren Abständen mit neuen Business Situationen konfrontiert werden. Diese bedrohen dann hoffentlich wie Covid nicht mehr unser Leben, aber vielleicht unsere berufliche Existenz, denn sie können mehr und mehr Unternehmen über Nacht vom Markt nehmen.

Erfolgreiche, gut geführte Unternehmen wachsen aber in solchen Krisen, zusammen mit ihren Mitarbeitern, gehen sie gestärkt daraus hervor. Das liegt nicht nur an einer adversen Selektion, sprich dass Wettbewerber damit eben nicht umgehen können und vom Markt verschwinden, sondern daran, dass sie neue Geschäftsmodelle entwickeln und Digitalisierung jetzt wirklich ernst nehmen.

Sie müssen JETZT bei ihren Mitarbeitern das Verständnis und die Bereitschaft zu digitalisieren schärfen und fördern. Unternehmen und Mitarbeiter, die jetzt noch eine Art Gatekeeper-Mentalität an den Tag legen, an Excel To-Do-Listen und Insellösungen festhalten, sich der Cloud verschließen und nicht bereits sind, sich mit digitalen Hilfsmitteln wie Trello, Zoom oder Slack vertraut zu machen, werden Probleme bekommen.

Unternehmen sollten jetzt mutig sein und deren Vorstände vorangehen, um die Veränderung und neue Situation anzunehmen und ein neues Mindset in der Belegschaft schaffen.

Hierzu wollen wir mit unseren E-Learnings einen Beitrag leisten, sensibilisieren, und das Leben im „New Normal“ mit sinnvollen Inhalten füllen. Wir haben bspw. schon im April ein Lernvideo „Home Office Survival Kit“ herausgebracht, das sehr gut angenommen wurde, weil es ein akutes Problem gelöst hat. Darin stellen wir u.a. die fünf besten Webkonferenz Tools und Best Practice für Remote Work vor, aber wie gesagt, das ist nur das „1x1“, nicht mehr und nicht weniger. Da wir aber wissen, dass viele Firmen und Mitarbeiter damit Probleme haben, helfen wir gerne.

Häufig haben wir auch Anfragen, Lernvideos und Online-Kurse zu Microsoft Teams und Office 365 zu machen, das aktuell in vielen Banken und Versicherungen eingeführt wird. Daneben bereiten wir neue Online-Kurse vor, wie Finanzdienstleister und Vermögensverwalter sowohl rechtssicher als auch erfolgreich Video-Beratungen mit ihren Kunden machen, da sie bei diesen eben nicht mehr im Wohnzimmer sitzen können. Um das Wissen zu vermitteln, ob Video-Calls wie Telefonate aufgezeichnet werden müssen oder nicht, müssen Unternehmen ihre Mitarbeiter nicht mehr zu teuren Workshops schicken, das geht perfekt, kostengünstig und in der Breite über E-Learning.

Neben Digitalisierungsthemen haben wir ebenso viele Anfragen zu Weiterbildungskursen im Bereich Nachhaltigkeit/ESG. Es ist gemischt aber das sind schon die zwei beherrschenden Megatrends. Im Bereich Nachhaltigkeit haben wir z.B. eine Learn and Engagement App entwickelt, die den Mitarbeitern spielerisch, kurzweilig aber gezielt und adaptiv, d.h. auf den jeweiligen Wissensstand angepasst, das wichtigste zum Thema ESG vermittelt. Neben einem Corporate Leaderboard, Online-Zertifikaten für Lernerfolge und viel Interaktion über praktische Übungen kommt v.a. die Offenlegung und Transparenz der „eigenen Klimabilanz“ jeden einzelnen Users, bei den Mitarbeitern gut an.

Natürlich kann man sich im Ranking eher verbessern, wenn man auch mal mit dem Fahrrad zur Arbeit fährt, der PC nicht den ganzen Tag läuft und man andere Einsparpotenziale über die App spielerisch erlernt.

Aber natürlich bekommen wir auch viele Anfragen zu Themen, zu denen wir noch keine Lernvideos oder Online-Kurse haben. Wir können nicht zu jedem Thema der Welt ein Video vorhalten. Man muss sich aber so aufstellen, dass ich dies als Unternehmen in kürzester Zeit flexibel machen kann. Das ist für uns als Startup genau wie für große Banken und Versicherungen dasselbe. Vielleicht mit dem Unterschied, dass es bei uns ein bisschen schneller geht und Dinge wie

Home Office und Remote Work für uns keine Veränderung bedeuten. Deswegen teilen wir hierzu auch gerne unsere Erfahrungen. Vielen Dank für das Interview.



CEO Hendrik Emrich mit Sabrina Staubitz im Gespräch