Geschäftsbericht 2020

TRANSFORMATION

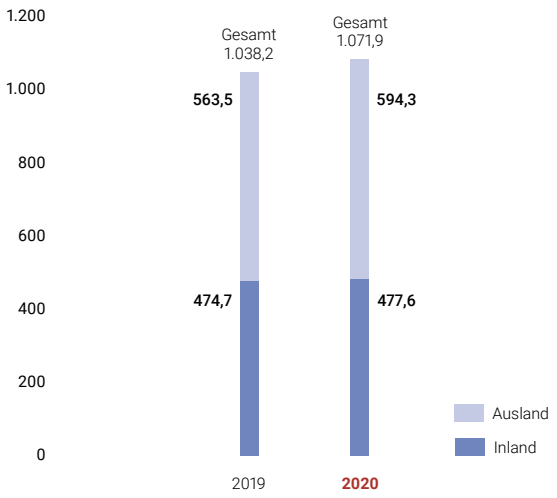
NTT DATA Business Solutions

NTT DATA
Trusted Global Innovator

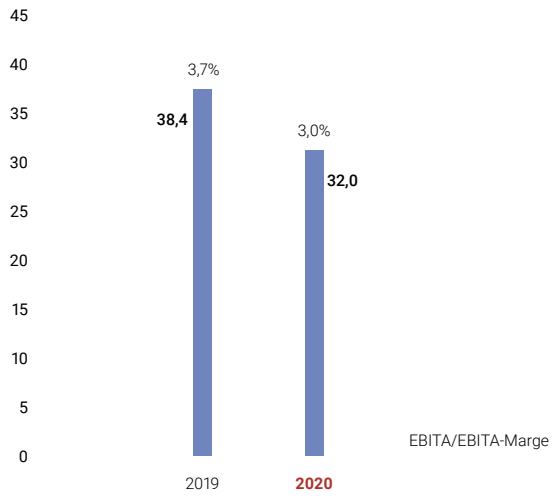
KENNZAHLEN NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS

Mio. Euro	IFRS 2020	IFRS 2019	IFRS 2018	IFRS 2017
Auftragsbestand	**1.131,9**	**1.032,3**	**982,1**	**927,8**
Umsatzerlöse gesamt	**1.071,9**	**1.038,2**	**926,6**	**872,2**
Umsatz Bereiche				
Beratung	444,5	453,0	389,1	358,2
Lizenzen	68,6	67,3	81,6	87,9
Cloud Subscription	36,2	27,3	19,7	14,1
Managed Services	513,0	482,4	431,6	408,5
Sonstiges	9,6	8,2	4,6	3,5
Umsatz Segmente				
Deutschland/Österreich/Schweiz (DACH)	477,6	474,7	444,1	417,9
Westeuropa	160,4	162,7	131,7	115,6
Nord- und Osteuropa (NEE)	191,9	195,1	184,6	172,3
Amerika	176,9	174,7	141,9	145,2
Asien	57,0	23,3	17,4	14,3
Sonstiges	8,1	7,7	6,9	6,9
EBIT in Mio. Euro	18,6	28,6	20,8	33,8
EBIT-Marge	1,7%	2,8%	2,2%	3,9%
EBITA in Mio. Euro	32,0	38,4	31,0	44,1
EBITA-Marge	3,0%	3,7%	3,3%	5,1%
EBITDA in Mio. Euro	77,5	84,6	55,1	67,4
EBITDA-Marge	7,2%	8,1%	5,9%	7,7%
Ergebnis nach IFRS	1,6	14,4	12,8	18,8
Ergebnis pro Aktie	-0,13	0,32	0,35	0,56
Cashflow pro Aktie in Euro	0,04	0,82	1,11	-0,22
Umsatzrentabilität	0,2%	1,4%	1,4%	2,2%
Cashflow in Mio. Euro	1,2	24,6	33,4	-6,7
Bilanzsumme in Mio. Euro	900,0	852,5	671,6	578,0
Eigenkapital in Mio. Euro	283,6	275,4	192,2	174,5
Eigenkapitalquote	31,5%	32,3%	28,6%	30,2%
Eigenkapitalrendite ROE (Return on equity)	0,6%	5,2%	6,6%	10,7%
Gesamtkapitalrendite ROA (Return on assets)	1,5%	2,4%	2,3%	4,5%
Gesamtkapitalrendite ROCE (Return on capital employed)	2,3%	3,4%	3,2%	6,1%
Investitionen in Mio. Euro	42,4	57,6	57,5	60,7
Mitarbeiter zum 31.12.	10.352	9.459	7.904	6.983
durchschnittlich	10.093	8.642	7.533	6.450
– Inland	3.427	3.378	3.152	2.795
– Ausland	6.925	6.081	4.752	4.188

UMSATZENTWICKLUNG
Mio. EUR

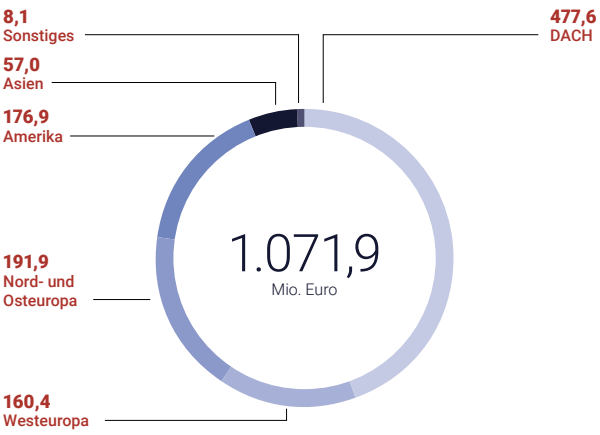


ERTRAGSENTWICKLUNG
Mio. EUR



UMSATZ NACH REGIONALEN SEGMENTEN
Mio. EUR

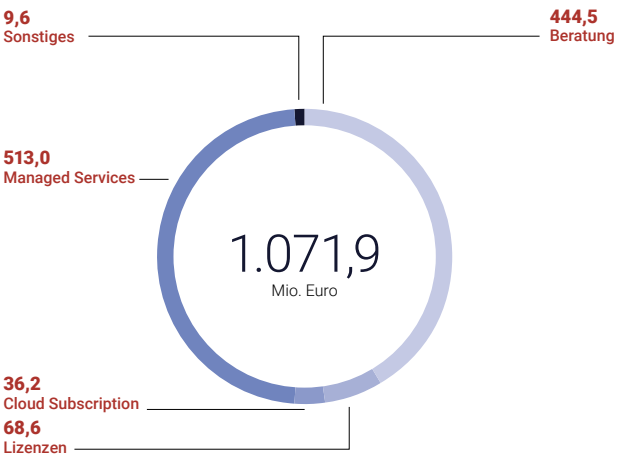
2020



Veränderung	+3,2%
DACH	+0,6%
Westeuropa	-1,4%
Nord- und Osteuropa	-1,6%
Amerika	+1,3%
Asien	+114,6%
Sonstiges	+5,2%

UMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN
Mio. EUR

2020

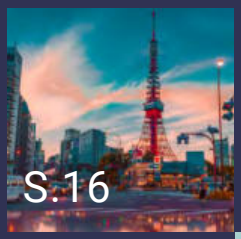


Veränderung	+3,2%
Beratung	-1,9%
Lizenzen	+1,9%
Cloud Subscription	+32,6%
Managed Services	+6,3%
Sonstiges	+17,1%

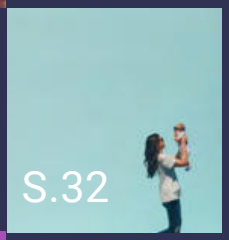
KENNZAHLEN
2017–2020

TRANSFORMATION

Aus itelligence AG wird NTT DATA Business Solutions AG

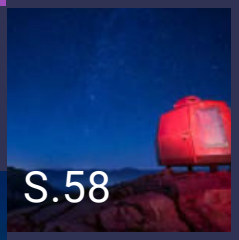


S.16 COLLABORATION:
ONE NTT DATA. World-class solutions



S.32 SMART WORKING:
Trusted Global Advisor

S.44 PROJEKTE:
Never stop developing!



S.58 INNOVATION:
We Transform. SAP® Solutions into Value

S.76 KONZERN-FINANZBERICHT

We Transform. SAP® Solutions into Value

INHALT

Vorwort des Vorstandsvorsitzenden 2

TRANSFORMATION

Interview: „Gemeinsam die nächste Stufe zünden“. 6

Grußworte. 14

COLLABORATION

SAP Alliance: Türen öffnen und relevant bleiben. 18

GFC: Partnerschaft für Prozessoptimierung 22

Global Managed Services: „Wir fokussieren auf die positiven Effekte des Wandels“. 25

NTT DATA Group: Collaboration – learning by doing 28

SMART WORKING

Smart Working: Helden der (mobilen) Arbeit 34

Interview: „Wir haben ein wirklich agiles Unternehmen geschaffen“ 40

PROJEKTE

My Supply Chain Group: Warp Speed in der Lieferkette. 46

Vom Bergbau in die Cloud: Die HR-Pioniere 50

SAP S/4HANA in Forschung und Hochschulen: GISA schafft Raum für Innovationen 54

INNOVATION

Flexibel, belesen und geduldig: Der KI-Nachhilfelehrer der Zukunft. 60

Visit Denmark! Sonne, Strand und viele Daten 64

Flexibilität ist Trumpf: IoT-Lösungen, einfach passend machen 69

Innovationen skalieren: Von der Idee zum globalen Produkt 72

KONZERN-FINANZBERICHT 76

Service & Impressum 5

Konzernabschluss und Konzernlagebericht der itelligence AG werden beim Betreiber des elektronischen Bundesanzeigers eingereicht und sind über die Internetseite des Unternehmensregisters zugänglich.

ZUSAMMENHALT ALS BASIS FÜR INNOVATION & TRANSFORMATION

Liebe Leserinnen und Leser,

das vergangene Jahr hat uns alle vor ungeahnte Herausforderungen gestellt – und uns zudem vor Augen geführt, was im Alltag bisweilen in Vergessenheit gerät: Unsere Gesundheit ist das höchste Gut. Schmerzlich ist auch der Verzicht auf die so wichtigen persönlichen Kontakte – auch im Berufsleben.

Zu den positiven Erfahrungen gehört zweifellos, dass wir als Unternehmen mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie unseren Kunden und Partnern in der Krise trotz der gewachsenen räumlichen Distanz enger zusammengerückt sind. Wir haben die Herausforderungen der Pandemie gemeinsam angenommen und in einem wahren Kraftakt binnen kürzester Zeit auf digitales Arbeiten umgestellt. Das war ein eindrucksvoller Beweis für den Zusammenhalt und das große Potenzial innerhalb unseres Unternehmens.

Allen, die dazu beigetragen haben, möchte ich hiermit noch einmal herzlich danken.

Mit dem hohen Einsatz aller Kolleginnen und Kollegen konnten wir unsere Umsatzerlöse in einem global herausfordernden Umfeld sogar auf 1,072 Mrd. Euro leicht steigern.

GUT FÜR UNSERE KUNDEN – UND FÜR DIE GESELLSCHAFT

Was in uns steckt, haben wir aber nicht nur beim Krisenmanagement bewiesen: NTT DATA Business Solutions-Lösungen tragen in immer stärkerem Maße dazu bei, gesellschaftliche Herausforderungen zu bewältigen. Auch mit Blick auf das höchste Gut: unsere Gesundheit. So haben unsere Experten eine Software entwickelt, die eine schnelle, sichere und reibungslose Verteilung von Corona-Impfstoffen sicherstellt. Beeindruckt haben mich auch etliche weitere Innovationen aus unseren Reihen – zum Beispiel der „Home School Helper“, eine Artificial-Intelligence-Lösung, die Kinder beim Lesenlernen unterstützt (mehr dazu ab Seite 60).

Solche Errungenschaften illustrieren eindrucksvoll, dass in unserem Unternehmen Ideen entstehen und gedeihen, die unsere Kunden und die Gesellschaft gleichermaßen nach vorne bringen. Und ich bin überzeugt: Die Basis für diese Innovationskraft ist unsere Unternehmenskultur. Sie ist geprägt von einem offenen, hierarchieunabhängigen Austausch auf Augenhöhe, gegenseitiger Wertschätzung und einem ausgeprägten Zusammengehörigkeitsgefühl.

Das bietet „NTT Data Business Solutions heroes“ wie Lisiane Barbato, Jamie Stamper oder Gerhard Grosser, die wir Ihnen ab Seite 34 vorstellen, ein optimales Umfeld, um sich einzubringen und zu entfalten. Gemeinsam mit den Führungskräften werde ich den Zusammenhalt und unsere Unternehmenskultur deshalb weiter hegen und pflegen.

WARUM WIR STÄRKER AUS DER KRISE HERVORGEHEN

Ich bin überzeugt: Das ist entscheidend für eine erfolgreiche Transformation unseres Unternehmens, die es weiter voranzutreiben gilt – auch und gerade nach Corona. Zuversichtlich stimmt mich in diesem Zusammenhang auch, dass wir trotz Krise weiter kräftig in die Zukunft investiert haben und mit einem hohen Auftragsbestand ins neue Jahr gegangen sind.

Zudem treten wir seit dem 1. April unter der Marke NTT DATA Business Solutions auf, was große Chancen birgt – gerade bei der Kundenakquise jenseits europäischer Kernmärkte. Der neue Name ist deshalb der konsequente nächste Schritt auf dem Weg zu einem globalen Unternehmen. Er wird uns helfen, unsere Stärken noch besser auszuspielen, die Potenziale des NTT DATA-Verbunds auszuschöpfen und nach der Pandemie gemeinsam die nächste Stufe zu zünden.

Natürlich schwingt auch bei mir Wehmut mit – wie könnte es anders sein. Schließlich bin ich seit mehr als 13 Jahren Teil der itelligence-Familie und habe lange Zeit eng mit dem Firmengründer Herbert Vogel zusammengearbeitet. Er war es, der mit NTT DATA einen Partner gefunden hat, der kaum besser zu uns, unseren Werten und unserer Kultur passen könnte (lesen Sie dazu auch das Vorstandsinterview auf Seite 6). Gemeinsam können und werden wir in den nächsten Jahren viel bewegen.

Ich freue mich darauf und wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Ihr

Norbert Rotter

TRANSFORMATION

AUS ITELLIGENCE AG WIRD NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS AG

„You can't stop the waves, but you can learn to surf."
Anpassen, weiterentwickeln, optimieren – Transformation ist Teil unseres Mindsets. Eine Welt in Bewegung, keine Welle gleicht der anderen, nichts widersteht der Brandung auf Dauer. Wer den Horizont sehen will, muss über sich hinauswachsen und Teil von etwas Größerem werden. Deshalb sind wir NTT DATA Business Solutions.

#oneNTTDATA #SAPintovalue

INTERVIEW

„GEMEINSAM DIE NÄCHSTE STUFE ZÜNDEN“

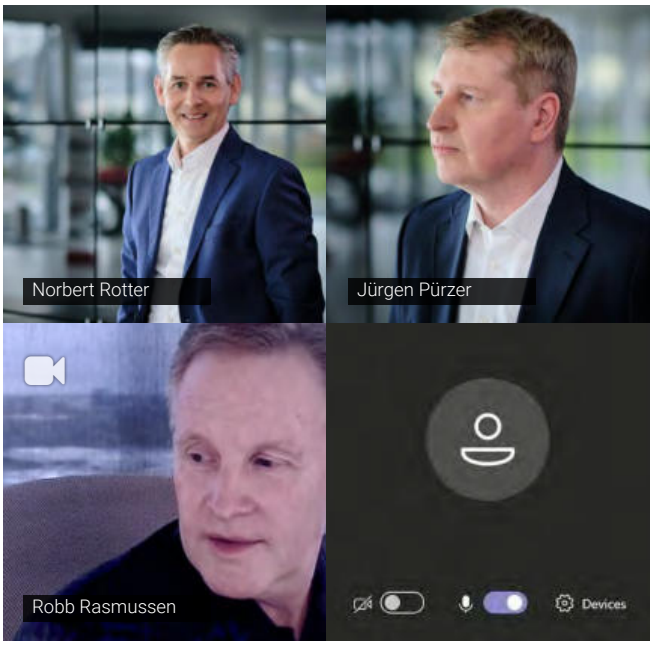
Wie das Corona-Jahr für itelligence gelaufen ist und warum das Unternehmen gestärkt in die Zukunft geht: Vorstandschef Norbert Rotter (NR), Finanzvorstand Jürgen Pürzer (JP) und Aufsichtsratsmitglied Robb Rasmussen (RR) über Zahlen, Ziele und Zusammenhalt.

HERR ROTTER, 2020 WAR FÜR UNS ALLE EIN AUSNAHMEJAHR. WIE HABEN SIE DEN BEGINN DER PANDEMIE VOR GUT ZWÖLF MONATEN IN ERINNERUNG?

NR: Das war natürlich auch für uns eine riesige Herausforderung. Wir mussten uns schnell auf die Situation einstellen. Unsere HR-Abteilung hat ein Corona Reporting aufgebaut, sodass wir das Geschehen unserer weltweit mehr als 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Blick hatten. In einigen Ländern kam es zu einem kompletten Shutdown; unsere Berater konnten zum Teil mehrere Wochen nicht an Projekten arbeiten – auch nicht aus der Distanz, weil die Ansprechpartner bei den Kunden schlicht nicht verfügbar waren. Zum Glück ging es nach dieser Phase der Schockstarre schnell wieder los: Die Beratung und Betreuung aus der Ferne hat sehr gut funktioniert. Unsere Berater haben etliche Projekte komplett remote abgewickelt. Seit Beginn der Pandemie arbeiten 95 Prozent unserer Mitarbeiter*innen mobil.

DENNOCH LIESSEN SICH EINBUSSEN IM BERATUNGSGESCHÄFT NICHT VERHINDERN. WIE ZUFRIEDEN SIND SIE VOR DIESEM HINTERGRUND MIT DER WIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG?

NR: Unser Team kann sehr stolz auf das Geleistete sein. Wir haben den Umsatz trotz Corona und erheblichen negativen Währungseffekten auf hohem Niveau stabilisiert und sogar um 3,2% gesteigert. Ich bin überzeugt, dass wir gestärkt aus der Krise kommen, da wir sehr viel in die Optimierung von internen Prozessen investiert haben.



JP: Ich bin ebenfalls der Meinung, dass wir trotz der Umsatzrückgänge im Consulting zufrieden sein können, da wir konzernweit sehr zeitnah und konsequent auf der Kostenseite gegengesteuert haben und dadurch im Krisenjahr eine EBITA-Marge von 3% erzielt haben. Vor strategischen Investitionen in Höhe von knapp 20 Mio. Euro haben wir sogar eine operative EBITA-Marge von 4,8% erzielt.

RR: 2020 war ein wirklich hartes Jahr für uns alle. Aber itelligence hat die Herausforderung mit großer Entschlossenheit angenommen und gemeistert. Und wer das SAP-Beratungsgeschäft kennt, der weiß, wie groß der Einschnitt durch die Pandemie war. Denn normalerweise ist die Arbeit von dem intensiven Kontakt mit den Kunden vor Ort geprägt. Umso höher ist es einzuschätzen, dass die Umstellung so reibungslos funktioniert hat.

BINNEN KÜRZESTER ZEIT VOLL ARBEITSFÄHIG:

HERR PÜRZER, SIE HABEN AM 1. MÄRZ 2020 ALS FINANZVORSTAND ANGEFANGEN – ES GIBT SICHER EINFACHERE ZEITPUNKTE FÜR DEN START IN EINEM NEUEN UNTERNEHMEN. WIE HABEN SIE DIE ERSTEN WOCHEN ERLEBT?

JP: Im Prinzip haben Sie recht: Es war nicht ganz optimal, zeitgleich mit dem Ausbruch einer globalen Pandemie zu starten. Auf der anderen Seite bin ich überzeugt, dass eine solche Krise stets auch Chancen bietet. Natürlich muss man diese dann schnell und konsequent nutzen. Das ist uns gelungen.

KÖNNEN SIE EIN BEISPIEL NENNEN?

JP: Wir haben in wenigen Tagen den unternehmensweiten Rollout von Microsoft Teams für über 10.000 Mitarbeiter*innen weltweit realisiert, der ursprünglich in der zweiten Jahreshälfte stattfinden sollte. Deshalb waren wir trotz Lockdown und Homeoffice in kürzester Zeit voll arbeitsfähig. Hier hat das itelligence-Team seine Stärken eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Wichtig war allerdings, dass wir uns vom Perfektionsanspruch verabschiedet und einen 80/20-Ansatz verfolgt haben. Das ist eine wichtige

NR

Erfahrung für die weitere digitale Transformation.

HERR RASMUSSEN, AUCH SIE SIND NEU ZUR ITELLIGENCE-FAMILIE GESTOSSEN: IM VERGANGENEN HERBST SIND SIE IN DEN AUFSICHTSRAT EINGEZOGEN. WIE VERLIEF IHR START?

RR: Die Sitzungen des Aufsichtsrats haben natürlich digital stattgefunden. Aber ich bin seit mehr als zehn Jahren Teil der NTT DATA-Familie, war schon mehrfach in Bielefeld und kenne die meisten Beteiligten gut. Insofern gab es keinerlei Anlaufschwierigkeiten

HERR ROTTER, SIE WAREN IM VERGANGENEN JAHR IMMER IM BÜRO ANWESEND. WIE HAT DAS FÜHREN AUS DER FERNE BEI IHNEN FUNKTIONIERT?

NR: Das stimmt, dafür wurde jegliche Reisetätigkeit eingestellt. Die interessanteste Erfahrung war für mich, wie gut sich auch in Videokonferenzen persönliche Nähe herstellen lässt. Das Führungsteam und ich konnten die partnerschaftliche Unternehmenskultur deshalb auch auf Distanz weiter pflegen.

WIE WAR ES BEI IHNEN, HERR PÜRZER?

JP: Als Neuzugang wäre es schon besser gewesen, die Kolleg*innen im globalen Management-Team persönlich kennenzulernen.

Aber auch hier haben wir das Beste aus der Situation gemacht – nicht zuletzt dank MS Teams. Abgesehen davon war ich das Führen aus der Ferne durch meine vorherige Tätigkeit in einem internationalen Konzern ohnehin gewohnt.

NEUE AUFTRÄGE AUS DER PHARMABRANCHE:

WIR HABEN EINGANGS ÜBER DIE ANFÄNGLICHEN EINBUSSEN IM CONSULTING-BEREICH GESPROCHEN. WAS WAREN DIE ENTSCHEIDENDEN FAKTOREN FÜR DIE SCHNELLE ERHOLUNG UND DIE POSITIVE ENTWICKLUNG IM WEITEREN JAHRESVERLAUF?

NR: Neben der schnellen Umstellung auf Distanzarbeit ist es uns gelungen, Aufträge in Branchen zu akquirieren, die von der Corona-Krise nicht betroffen sind oder sogar profitiert haben. So konnten wir unser Geschäft in der Pharma- und Konsumgüterbranche deutlich ausbauen. Das hat Rückgänge kompensiert, etwa im Automotive-Bereich. Bei der Akquise kam uns zugute, dass wir in ganz verschiedenen Segmenten über tiefgreifende Branchenexpertise verfügen.

JP: Besonders erfreulich waren für mich auch die starke Entwicklung in Asien und die Zuwächse im Cloud-Geschäft. Zudem haben wir in allen Regionen erste Fortschritte beim Cash-Management gemacht, dessen Verbesserung ich neben der Profitabilitätssteigerung als meine wesentliche Aufgabe ansehe. Das lässt sich gut an der Fälligkeitsstruktur der Forderungen

„Neben der schnellen Umstellung auf Distanzarbeit ist es uns gelungen, Aufträge in Branchen zu akquirieren, die von der Corona-Krise nicht betroffen sind oder sogar profitiert haben."

Norbert Rotter
Chief Executive Officer

erkennen. Hier hat die Corona-Krise sicher geholfen: Jeder hat verstanden, wie wichtig es ist, das Geld zusammenzuhalten. Ohne die Pandemie wären die Widerstände wahrscheinlich deutlich größer gewesen.

ITELLIGENCE IST IN DEN VERGANGENEN JAHREN STARK GEWACHSEN – AUCH DURCH ZUKÄUFE. WIE SIND SIE BEI DER INTEGRATION DER UNTERNEHMEN VORANGEKOMMEN?

JP: itelligence war lange ein dezentral geprägtes Unternehmen. Bei der Standardisierung und der Prozessoptimierung sehe ich deshalb noch großen Nachholbedarf. Das wichtigste Projekt in diesem und im nächsten Jahr ist für mich der Rollout unseres neuen konzernweiten cloud-basierten ERP-Systems.

NR: Wir sind an über 90 Standorten in 30 Ländern mit eigenen Tochtergesellschaften tätig. Wir sichern unseren Kunden weltweit eine hohe Beratungsqualität zu. Dazu ist es notwendig, Prozesse zu straffen und zu standardisieren. Es gibt noch reichlich zu tun, aber wir haben das vergangene Jahr genutzt. Wir können die Synergieeffekte sicherlich noch steigern. Ein Fortschritt ist in diesem Zusammenhang unser neues Global-Staffing-Tool, das tagesaktuell und transparent anzeigt, wo es im itelligence-Verbund freie personelle Kapazitäten gibt. Das verbessert die Planbarkeit und hebt die Zusammenarbeit im Verbund auf ein neues Level.

ZENTRALE ROLLE ALS FÜHRENDER SAP-PARTNER:

APROPOS VERBUND: ITELLIGENCE TRITT MIT BEGINN DES NEUEN GESCHÄFTSJAHRES UNTER DER MARKE NTT DATA AUF. WARUM?

RR: Wenn Sie sich unsere internationalen Wettbewerber anschauen, werden Sie feststellen: Das sind ausnahmslos multinationale Player mit starken globalen Marken. Wenn wir weiterhin wachsen und Erfolg haben wollen, müssen wir deshalb die globale Marke NTT DATA pflegen und stärken. Ich bin überzeugt, dass die Entscheidung strategisch wichtig und eine große Chance für uns alle ist.

NR: Im Zeitalter von Globalisierung und Digitalisierung gilt das mehr denn je: Nur zusammen sind wir stark. Wir zünden jetzt gemeinsam die nächste Stufe und werden unsere Stärken unter der Marke NTT DATA noch besser ausspielen können. Ich kann allerdings verstehen, dass gerade bei langjährigen Mitarbeiter*innen auch ein wenig Wehmut aufkommt.

JP: Einerseits verlieren wir eine etablierte Marke. Andererseits können wir nun aber klar kommunizieren, dass wir Bestandteil eines starken, globalen Players sind. Das wird uns gerade bei der Neukundenakquise jenseits der europäischen Kernmärkte helfen. Unter dem Strich überwiegen deshalb aus meiner Sicht ganz klar die Chancen.

HERR RASMUSSEN, KÖNNEN SIE DIE WEHMUT NACHVOLLZIEHEN?

RR: Natürlich. Ich habe in meiner beruflichen Laufbahn mehrere Zusammenschlüsse erlebt. Das geht immer mit Wehmut und auch Sorgen einher – aber meine Erfahrung ist: Die Kunden stört es nicht, und bei den Mitarbeiter*innen rücken mit der Zeit die Vorteile und Chancen stärker in den Vordergrund. Voraussetzung ist natürlich, dass ein Zusammenschluss strategisch Sinn macht – und genau das ist in unserem Fall doch inzwischen erwiesen: Hier haben sich zwei Unternehmen gefunden, die sehr gut zueinanderpassen.

WORAN MACHEN SIE DAS FEST?

RR: Es ist Teil der NTT DATA-Kultur, Menschen, Teams und Tochterunternehmen große Freiheiten zu lassen. Das ist bei itelligence bzw. NTT DATA Business Solutions traditionell genauso. Wir schätzen diesen unternehmerischen Geist sehr und sehen die Unternehmenskultur als zentralen Erfolgsfaktor. Zugleich ist es wichtig, das Bewusstsein dafür zu schärfen, Teil eines starken, globalen Unternehmens zu sein – und die Potenziale noch besser auszuschöpfen, um gemeinsam Werte für unsere Kunden zu schaffen. Als führender SAP-Partner spielt NTT DATA Business Solutions eine zentrale Rolle im Verbund.

NR: NTT DATA war und ist ein optimaler Partner für uns, weil die dortigen Verantwortlichen und wir ähnlich ticken. Vor allem haben wir dasselbe Wertegerüst und dieselben Vorstellungen von verantwortungsbewusster Unternehmensführung. Wir werden deshalb auch in Zukunft ein hohes Maß an Autonomie haben – im Rahmen einer engen, vertrauenswürdigen Zusammenarbeit zu beiderseitigem Vorteil. Wir haben als NTT DATA Business Solutions ja auch einen eigenen Markenkern. Unser Geschäftsmodel basiert ausschließlich auf Services im SAP-Umfeld. Als weltweit führender Partner der SAP im Mittelstand haben wir auch einen eigenen Markenkern innerhalb der NTT/NTT DATA-Gruppe.

WICHTIGE WEICHEN GESTELLT:

DAS KLINGT ALLES SEHR HARMONISCH. ABER ES GIBT DURCHAUS KONFLIKTPOTENZIALE. SO ERWARTET NTT DATA NATURGEMÄSS SOLIDE RENDITEN – GENAU GENOMMEN EINE EBITA-MARGE VON SIEBEN PROZENT.

NR: Profitabilität ist wichtig, um zu wachsen und die Zukunft gestalten zu können. Wir sind deshalb genauso an höheren Margen interessiert wie unsere Eigentümer – und haben dafür in den vergangenen Jahren wichtige Weichen gestellt. Aber klar, das erfordert auch Maßnahmen, die an der ein oder anderen Stelle schmerzhaft sind.

„Das wichtigste Projekt in diesem und im nächsten Jahr ist für mich der Rollout unseres neuen konzernweiten cloud-basierten ERP-Systems."

Jürgen Pürzer
Chief Financial Officer

RR: Wir haben in den letzten Jahren bewiesen, dass es uns nicht um schnelles Geld, sondern um eine langfristige Zusammenarbeit geht. Wir stehen deshalb unverändert voll hinter dem Investitionsprogramm. Aber in der Tat: Profitabilität ist wichtig, und NTT DATA Business Solutions ist hier auf einem guten Weg.

JP: Das in der Organisation im Krisenjahr gelernte Kosten- und Effizienzmanagement wird uns auch bei der Erreichung der EBITA-Marge von 7% helfen. Jetzt gilt es, weiter konsequent auf Standardisierung und Prozessoptimierung zu setzen.

DIE CORONA-KRISE IST NOCH NICHT AUSGESTANDEN. WIE ZUVERSICHTLICH SIND SIE FÜR DAS NEUE GESCHÄFTSJAHR, DAS AM 1. APRIL BEGONNEN HAT?

JP: Ich bin grundsätzlich immer Optimist, allerdings hängt die weitere Entwicklung beim Auftragseingang und beim Umsatz zu einem nicht unerheblichen Teil vom Verlauf der Pandemie und der Impfstrategie ab. Klar ist, dass Kostendisziplin auch im neuen Geschäftsjahr unerlässlich ist, um unsere Ergebnis- und Cash-Ziele zu erreichen.

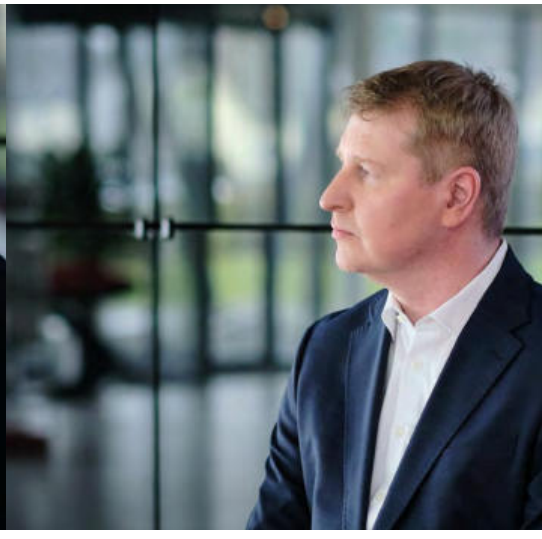
NR: Angesichts der Pandemie sind Prognosen noch mit großer Unsicherheit behaftet. Ich bin aber auch zuversichtlich, dass wir den Umsatz um 3 bis 5 Prozent steigern können. Optimistisch stimmt mich unter anderem, dass wir mit einem guten Auftragsbestand in das neue Jahr gestartet sind. Weitere positive Faktoren sind die geopolitische Entspannung seit der Wahl des neuen US-amerikanischen Präsidenten Joe Biden und natürlich die weltweiten Impfprogramme. Auf der anderen Seite bleibt die Akquise eine Herausforderung, auch weil wichtige Messen ausfallen und sicherlich auch viele Unternehmen noch einige Zeit mit den wirtschaftlichen Folgen der Jahrhundertpandemie zu kämpfen haben.

WIR WERDEN WEITER INVESTIEREN:

SETZEN SIE DEN INVESTITIONS- UND EXPANSIONSKURS DER LETZTEN JAHRE FORT?

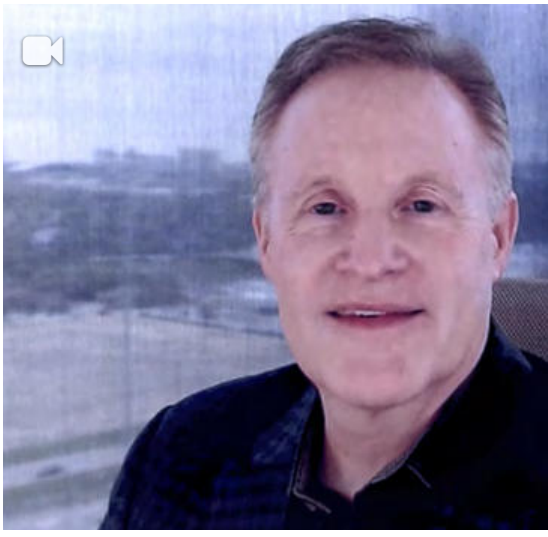
NR: Noch vor dem Ende des Geschäftsjahres 2020 haben wir im Dezember zwei wichtige Akquisitionen abgeschlossen, und zwar in Finnland und in den USA. Mit Pasafin haben wir unser HR-Geschäft rund um SuccessFactor-Lösungen gestärkt und Zugang zu neuen Kunden gewonnen. In den USA konnten wir My Supply Chain Group für uns gewinnen. Sie sind ein führender SAP-Partner rund um Supply-Chain-Lösungen – insbesondere im boomenden Versandhandel. Wir sind damit global sehr gut aufgestellt. Dennoch werden wir in Abstimmung mit NTT DATA weiter zukaufen, wenn sich strategische Chancen ergeben. Dieses Jahr streben wir eher eine Konsolidierung an,

JP



„Es ist Teil der NTT DATA-Kultur, Menschen, Teams und Tochterunternehmen große Freiheiten zu lassen. Das ist bei itelligence bzw. NTT DATA Business Solutions traditionell genauso."

Robb Rasmussen
Senior Vice President,
Head of Global Marketing Headquarters,
NTT DATA Corporation



denn die erworbenen Unternehmen müssen auch gut in unsere Unternehmenskultur integriert werden.

JP: Bereits im Oktober 2020 haben wir das globale Effizienz-Programm „accelera7e" aufgelegt. Das im Jahr 2019 gestartete strategische Investitionsprogramm wurde dabei re-evaluiert und mit Blick auf 2021 auf die vielversprechendsten Maßnahmen fokussiert. In Abstimmung mit dem Gesellschafter sollen 2021 für beide Programme Investitionen in Höhe von 15 bis 20 Mio. Euro getätigt werden. Dies entspricht wertmäßig den in 2020 vorgenommenen Investitionen, wobei in 2021 der Fokus ganz klar auf effizienzsteigernde Maßnahmen gerichtet sein wird.

RR: So ist es. NTT DATA wird weiter investieren und expandieren – aber fokussierter als in den vergangenen Jahren, die bis Corona von zahlreichen Akquisitionen und starkem Wachstum geprägt waren. Zudem wird sich der Schwerpunkt der Investitionen verschieben. Ich halte es beispielsweise für spannend, gemeinsam mit den Kunden zu investieren – gerade im Cloud-Segment.

IHR PARTNER SAP HAT IM VERGANGENEN JAHR ANGEKÜNDIGT, DIE KUNDENZUFRIEDENHEIT STÄRKER IN DEN FOKUS ZU RÜCKEN UND EIN INVESTITIONSPROGRAMM ZU STARTEN. EINE GUTE NACHRICHT FÜR NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS?

NR: Absolut. Wenn SAP verstärkt auf Produktverbesserung setzt, ist das für uns ein gutes zusätzliches Verkaufsargument. Eine hohe Kundenzufriedenheit ist für uns existenziell, denn unsere Kunden investieren hohe Summen in SAP-Lösungen und wir arbeiten stets langfristig mit unseren Kunden zusammen.

HERR PÜRZER, WIE HABEN SIE DIE ZUSAMMENARBEIT MIT SAP IN IHREM ERSTEN JAHR ERLEBT?

JP: (schmunzelt) Anstrengend und gut, wobei ich mir noch kein abschließendes Urteil über die Reihenfolge erlauben will. Ich finde, dass der Slogan „We Transform. SAP Solutions into Value" unsere Stärken und unser Selbstverständnis sehr gut auf den Punkt bringt. Das ist eine ganz wichtige Botschaft an Kunden und Mitarbeiter.

KOMPLETT AUF ÖKOSTROM UMGESTELLT:

SAP UND DAMIT AUCH NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS SETZEN STARK AUF DIE CLOUD. DAFÜR SIND RECHENZENTREN NÖTIG, DIE HOHE MENGEN AN STROM VERBRAUCHEN. WAS BEDEUTET DAS FÜR DIE KLIMABILANZ VON ITELLIGENCE?

NR: Wir verbrauchen in etwa so viel Strom wie eine Kleinstadt mit 2.500 Einwohnern, haben aber im vergangenen Jahr komplett auf Ökostrom umgestellt. Ich bin überzeugt, dass das angesichts der Klimakrise nicht nur richtig, sondern auch betriebswirtschaftlich notwendig ist. Denn Kunden und Mitarbeiter erwarten, dass Unternehmen zur Senkung der Emissionen beitragen – zu Recht.

STICHWORT GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG: NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS IST AUCH AM KAMPF GEGEN DAS CORONAVIRUS BETEILIGT. WAS GENAU MACHEN SIE?

NR: Zu unseren Kunden gehören Unternehmen, die Impfstoffe bzw. Medikamente entwickeln. Da sind sichere, schnelle und transparente Lieferketten enorm wichtig. Hier konnten wir Beiträge leisten, zum Beispiel mit unserer Lösung it.lifescience. Mithilfe dieser Lösung ist es unseren Kunden aus der Pharma- und LifeScience-Branche möglich, Prozesse wie zum Beispiel in der Plasmaspende von der Spende bis hin zum Endprodukt IT-seitig ganzheitlich abzubilden, zu reporten, zu monitoren und zu managen. it.lifescience basiert auf der neuesten Version von SAP S/4HANA.

JP: it.lifescience sorgt in Verbindung mit Sensoren und modernster Automatisierungstechnik dafür, dass Chargen von Impfstoffen und Medikamenten ständig kontrolliert werden. Das ist eine tolle Sache und Ausdruck der beeindruckenden Unternehmens- und Innovationskultur, die für mich nach meinem Amtsantritt übrigens die positivste Überraschung war.

NR: Man hat sofort gemerkt, dass Jürgen Pürzer fachlich und menschlich sehr gut zu uns passt – ein weiterer Faktor, der mich sehr zuversichtlich stimmt für die anstehenden Herausforderungen.

Herzlichen Dank für das Gespräch! ■

GRUSSWORTE

KN

SWEN REHDERS
Geschäftsführer für Business Development & Strategy,
NTT DATA Deutschland GmbH

Swen Rehders

Unsere Position als globale IT-Beratungsgesellschaft auszubauen, die Marktwahrnehmung weiterzuentwickeln und die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit NTT DATA Business Solutions voranzutreiben. Das sind meine Fokusthemen, die wir nur zusammen und mit der gemeinsam geteilten Leidenschaft für Erfolg erreichen. Die Umbenennung der itelligence AG in NTT DATA Business Solutions ist die Projektion nach außen – was im Kern zählt, ist die Bereitschaft aller, übergreifend an neuen Zielen zu arbeiten und unser enormes Potenzial in den globalen Märkten zu heben. Angesichts der vielen engagierten Initiativen der vergangenen Jahre beider Gesellschaften bin ich sicher, dass wir auch die zukünftigen Aufgaben lösen – mit unserer erfolgreichen Einführung von S/4 bei einem weltweit tätigen Automotive-Zulieferer haben wir das bereits eindrucksvoll bewiesen. ONE NTT DATA ist der Anfang unserer gemeinsamen Reise in die Zukunft der globalen IT-Beratung.

Die „Global 3rd Stage“ unserer Unternehmensstrategie ist vom Streben nach Synergie und Effizienz geprägt. Der enge Schulterschluss mit NTT DATA Business Solutions hilft uns maßgeblich dabei, diese beiden Ziele als eine gemeinsame Gruppe zu erreichen. Je besser wir auf allen Ebenen und zwischen allen Gesellschaften zusammenarbeiten, desto mehr Wert werden wir für unsere Kunden schaffen können. Dies wiederum ist entscheidend, um Innovationen und zukunftsfähige Services zu entwickeln, damit wir uns als Trusted Global Innovator an der Spitze der globalen IT-Beratungsgesellschaften etablieren. Vordringliche Aufgabe ist nun, das bisherige Mosaik der Gruppe in ein scharfes Bild zu verwandeln. In diesem Prozess spielt NTT DATA Business Solutions eine besonders wichtige Rolle. Ich möchte, dass NTT DATA Business Solutions als starker Wachstumstreiber nicht nur für NTT DATA Business Solutions selbst, sondern auch für NTT DATA und die NTT Group fungiert. Als führender SAP-Partner soll NTT DATA Business Solutions darüber hinaus eine repräsentative Rolle für die weltweite SAP-Allianz unserer Gruppe spielen. Ich bin überzeugt, dass ihr Führungsteam und ihre Mitarbeiter*innen die langjährige Erfolgsgeschichte unter neuem Namen fortschreiben werden.

KAZ NISHIHATA
Representative Director and Senior Executive Vice President,
NTT DATA Corporation

13 JAHRE TOCHTERGESELLSCHAFT VON NTT DATA

Our Transformation. Your Advantage. Am 1. April 2021 entwickelte sich aus der itelligence AG die NTT DATA Business Solutions AG – uns verbinden einheitliche Namen und einheitliche Werte.
Mit dem Schritt intensivieren wir den Wissenstransfer innerhalb der NTT DATA-Gruppe, schaffen Synergien und stärken unseren Fokus auf SAP-Lösungen.

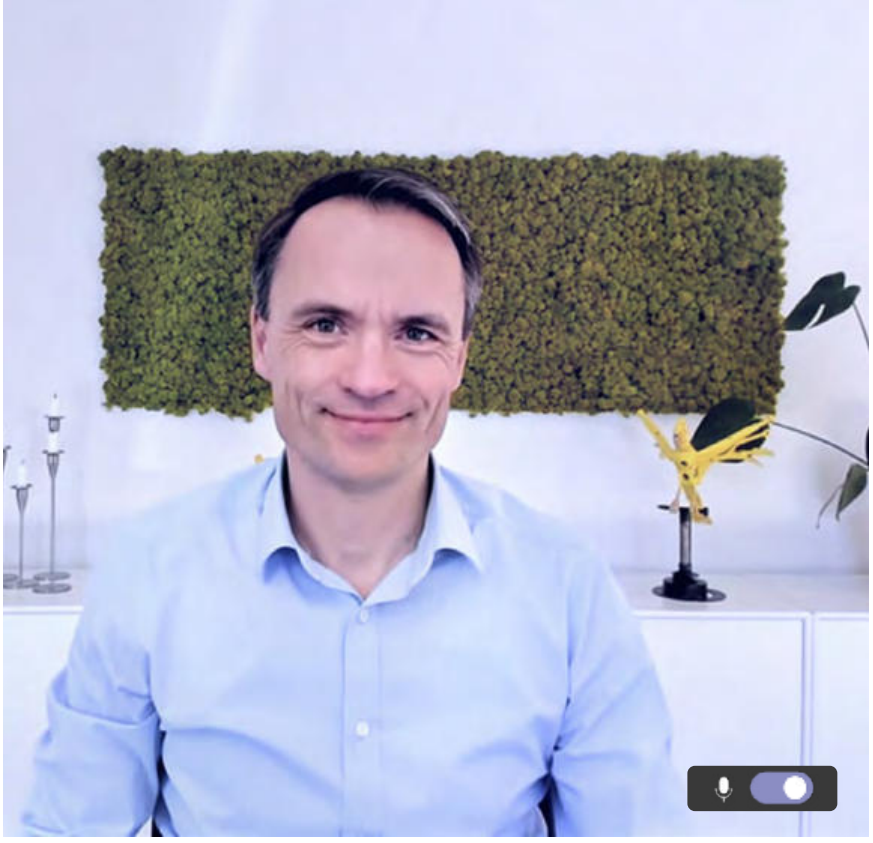
One NTT DATA. World-Class Solutions

EMEOS
セルフ

SAP ALLIANCE

TÜREN ÖFFNEN UND RELEVANT BLEIBEN!

NICOLAJ VANG JESSEN ist in der NTT DATA Business Solutions verantwortlich für die Beziehung zur SAP. Er muss viele Ebenen im Blick haben, denn aus einem ersten Vertragsabschluss 1989 hat sich über die Jahre ein vielschichtiges Beziehungsgeflecht entwickelt. Und immer spielen die Kunden eine entscheidende Rolle



„Wir sind wahrscheinlich das Unternehmen auf der Welt, das die meiste Software von SAP kauft und an Kunden weiterverkauft."

Nicolaj Vang Jessen
Executive Vice President
Global Innovation & IP Products
Global SAP Alliances
Region Nordics & Eastern Region

Als 1989 der Eiserne Vorhang in Europa fiel, wurde das erste Vorgängerunternehmen von itelligence mit dem Ziel gegründet, Organisationen mit Software zu unterstützen. Diese wurde damals als Standardsoftware bekannt und kam von einem Start-up namens SAP. Heute hat sich die kleine Firma aus Walldorf zu einem der größten Global Player der IT-Branche entwickelt und mit ihr auch die Bandbreite und Tiefe des Software-Portfolios. Doch die Verbindung zwischen den beiden Partnern ist über die Jahre stabil geblieben: „Wir haben eine starke Beziehung zu SAP und arbeiten proaktiv daran, dass dies auch in den kommenden Jahren so bleibt", sagt Nicolaj Vang Jessen, der bei NTT DATA Business Solutions für die SAP-Allianz verantwortlich ist.

Diese Beziehung besteht nicht aus einem einzelnen Kontakt zwischen den Unternehmen, sondern aus einem Netzwerk von Synapsen, an denen sich die Wege kreuzen und gemeinsame Ziele entstehen. „Mein Team zielt nicht darauf ab, die lokalen Beziehungen zu SAP zu kontrollieren", erklärt Vang Jessen. „Stattdessen sehen wir unsere Aufgabe darin, Türen zu öffnen, damit das Gesamtsystem aus globalen und lokalen Verflechtungen weiterwachsen kann." Da NTT DATA Business Solutions in 28 Ländern vertreten sei, ist laut Vang Jessen die lokale Anbindung an SAP-Tochtergesellschaften von größter Bedeutung, denn „das Geschäft findet vor Ort statt".

Schließlich sind die lokalen Niederlassungen von NTT DATA Business Solutions – vor allem die kleineren – auf die globale Tiefe der Partnerschaft angewiesen, um ihren Kunden das gesamte Spektrum der SAP-Services anbieten zu können – und das ist ein breites Spektrum. „Wir sind wahrscheinlich das Unternehmen auf der Welt, dass die meiste Software von SAP kauft und an Kunden weiterverkauft. Im vergangenen Jahr waren wir auch der Partner, der das Cloud-Geschäft am stärksten ausgebaut hat." Die Erfahrung und die Kraft, die diese Erfolge repräsentieren, müssten den Kunden von NTT DATA Business Solutions in allen Ländern zugutekommen, unabhängig von

der Größe der lokalen Niederlassung des Unternehmens. Aus strategischer Sicht setzen Vang Jessen und sein Team daher alles daran, den Weg global freizumachen, damit die lokalen Vertriebsteams den Dialog mit SAP aufgreifen und vor Ort weiterführen können.

CO-INNOVATION IN DER BUSINESS-CLOUD

Während der Software-Verkauf für das Geschäft beider Partner wichtig ist, sind sich sowohl SAP als auch NTT DATA Business Solutions im Klaren, dass der Schlüssel zum Wertbeitrag einer Software in der strategischen Beratung liegt, die die Implementierung begleitet. Auch in diesem Bereich ist Vang Jessen bestrebt, die Position des Unternehmens kontinuierlich auszubauen. Ein Ansatz sei die verstärkte Ausrichtung auf Branchen und die Zusammenarbeit mit den Industry Business Units der SAP. „Die Zusammenarbeit im Bereich der Industrieanwendungen ist auch eine Möglichkeit, näher an den Kern von SAP heranzukommen, wo die Software entwickelt wird. Dies versetzt uns in die Lage, gemeinsam an Innovationen zu arbeiten und unsere eigenen Lösungen einzubringen."

Ermöglicht wird diese Zusammenarbeit durch die SAP Business Technology Platform, die das Fundament der Industry Cloud bildet. Sie bildet den Innovationsraum für SAP-Kunden und -Partner, um branchenspezifische Softwarelösungen und Anwendungen zu entwickeln, mit denen die SAP Intelligent Suite ergänzt wird. Vang Jessen hebt die starken Branchenkompetenzen von NTT DATA Business Solutions hervor und erklärt, dass das Unternehmen mit SAP zusammenarbeitet, um intern entwickelte ABAP-Lösungen für die Industrie-Cloud fit zu machen. „Damit stellen wir sicher, dass unsere Kunden auch in der ‚neuen Welt', wie wir die neue Realität der Cloud-Erweiterung nennen, von ihren Anwendungen profitieren können." Die Cloud-fähigen Branchenlösungen des Unternehmens werden im SAP Store verfügbar sein. Vang Jessen sieht ein großes Wachstumspotenzial bei Cloud-Branchenlösungen, insbesondere in den Bereichen Hochschulbildung, Life Sciences, Fertigung und Konsumgüter.

SOFTWARE, CLOUD UND CONSULTING

Entwickelt sich NTT DATA Business Solutions dadurch zu einem Softwarehaus? „Es gibt einen Trend in diese Richtung, gleichwohl wird unser Kerngeschäft weiterhin von Consulting und Managed Services getrieben", sagt Vang Jessen. Er sei sich jedoch bewusst, dass die Ausbreitung der Cloud den Markt umgestalten wird, da sie kürzere Projektimplementierungen, neue Abomodelle und natürlich Veränderungen in den erforderlichen Fähigkeiten und

dem Geschäftsverständnis der Berater mit sich bringen wird. Dies transformiere natürlich auch die Art und Weise, wie das Unternehmen sein Geschäft betreibt.

Laut Vang Jessen liegt der Schlüssel zum zukünftigen Erfolg jedoch vor allem in den Beziehungen zu den mehr als 6.000 Kundenunternehmen, die alle SAP-Software einsetzen. Diese Ansicht wird auch von SAP geteilt. Das Unternehmen hat die Cloud-Transformation angenommen und ein strukturiertes Programm entwickelt, um nicht nur die eigentliche Cloud-Software bereitzustellen, sondern auch deren optimale Nutzung sicherzustellen. Mit dem neuen Customer Engagement Framework LACE (Land, Adopt, Consume, Expand) wird der Fokus darauf gelegt, wie die Cloud-Lösungen bei den Kunden ankommen und welchen Erfolg sie damit erzielen. „In einer Cloud-Welt wird es nie ausreichen, nur ein Software-Verkäufer zu sein. Sie müssen sicherstellen, dass Ihre Kunden tatsächlich von dem profitieren, was sie kaufen", argumentiert Vang Jessen. „Daher hängt unsere Beziehung zum Partner SAP davon ab, wie erfolgreich wir ihre Programme bei unseren Kunden implementieren."

Die Dreiecksbeziehung aus SAP, NTT DATA Business Solutions und den Kunden sollte idealerweise drei Gewinner haben, und mit dem LACE-Modell werde das Maß des Erfolgs für alle drei harmonisiert, so Vang Jessen. Für NTT DATA Business Solutions bedeute dies, die besten Mitarbeiter*innen im Vertrieb und in der Bereitstellung zu beschäftigen sowie eigene Lösungen zu entwickeln, die einen Mehrwert für das SAP-Ökosystem darstellen. „Ziel ist es, auch in Zukunft für beide Seiten relevant zu bleiben."

DIE ZUKUNFT UNTER EINER NEUEN MARKE

Vang Jessen ist sich sicher, dass der neue Name dem Unternehmen helfen wird, seine Ziele zu erreichen. Zudem erwartet er viele Vorteile, die sich aus der Strahlkraft der Marke eines weltweit führenden IT-Konzerns ergeben, zu dem die Organisation gehört. Auch sei er zuversichtlich, dass NTT DATA Business Solutions die SAP-Aktivitäten der Gruppe erfolgreich anführen wird. „An diesem Punkt sind wir nicht nur ein Wiederverkäufer – unsere Geschäfte sind auf vielen Ebenen miteinander verbunden. Wir sind gegenseitig Lieferanten und Einkäufer, wir innovieren und entwickeln gemeinsam und vor allem arbeiten wir unermüdlich daran, dass unsere Kunden mit ihrer Transformation erfolgreich sind", sagt Vang Jessen über die Partnerschaft zu SAP. „So werden wir gemeinsam erfolgreich sein." ■

Nicolaj Vang Jessen

„In einer Cloud-Welt wird es nie ausreichen, nur ein Software-Verkäufer zu sein. Sie müssen sicherstellen, dass Ihre Kunden tatsächlich von dem profitieren, was sie kaufen."

„Die digitale Transformation muss mit Partnern nach vorne getrieben werden, weil es keine technologische Frage ist. Niemand verändert sich, nur weil er eine neue Software einspielen kann."

Stefan Ellerbrake
Executive Vice President
Global Field Consulting Services
(GFC)

GLOBAL FIELD CONSULTING SERVICES – GFC

PARTNERSCHAFT FÜR PROZESSOPTIMIERUNG

SAPs strategischer Fokus und die Umfirmierung als NTT DATA Business Solutions wirken sich auch auf das Consulting-Business aus. **STEFAN ELLERBRAKE**, Executive Vice President Global Field Consulting Services (GFC), berichtet im Interview, inwieweit das Dreiecksverhältnis ein herausforderndes Verhältnis ist und welche Vorteile er in den kommenden Jahren sieht.

HERR ELLERBRAKE, DAS THEMA DER STUNDE IST TRANSFORMATION, NICHT NUR BEI DEN KUNDEN. AUCH SAP SETZT NEUE SCHWERPUNKTE. WELCHE TREIBER WIRKEN HIER AM STÄRKSTEN AUF IHR BUSINESS?

STEFAN ELLERBRAKE: SAP hat in den vergangenen Monaten noch stärker das Thema Prozessintegration und -transformation in den Vordergrund gestellt. Sie werden große Investitionen tätigen, um die Integration der S/4HANA-Lösung und der Line of Business-Cloud-Lösungen zu optimieren. Es heißt nicht mehr: Ich gebe Dir e ine Lösung für Deinen Recruiting-Prozess, sondern: Ich gebe Dir eine Lösung, um Recruiting-Prozesse zu optimieren und in eine digitale Welt zu bringen.

WAS BEDEUTET DAS FÜR IHREN BEREICH GLOBAL FIELD CONSULTING?

ELLERBRAKE: Die digitale Transformation muss mit Partnern nach vorne getrieben werden, weil es keine technologische Frage ist. Niemand verändert sich, nur weil er eine neue Software einspielen kann. Zudem wird wieder mehr Nachdruck auf die Prozesstransformation gelegt, und zwar schon am Anfang eines Projekts. Wir werden noch stärker mit unseren Kunden besprechen, welche Prozesse sie unabhängig von der Software optimieren müssen. Dann bilden wir die Lösung in einem kompletten Angebot ab, das Softwarelösungen, Technologien, die Betriebsplattform und natürlich die dazu notwendigen Partner-Services umfasst.

INWIEWEIT PROFITIEREN DIE KUNDEN VON DEM VORGEHEN?

ELLERBRAKE: Ein Beispiel: Ein Unternehmen möchte ein 20 Jahre altes System ablösen. Dazu braucht es neue Software, neue Lizenzen, ein Betriebskonzept, Datacenter-Dienstleistungen und einen Projektpartner, der dieses Transformationsprojekt begleitet. Wir sollten die Gesamtlösung als professionellen, komplexen und ganzheitlichen Transformationsprozess anbieten – gegebenenfalls sogar als Subskriptions-Modell über Jahre. Die „Grenzen" zwischen Applikation, Betrieb und Dienstleistung werden mehr und mehr verschwinden. Gut gemanaged ist das sicherlich zum Vorteil des Kunden.

NUN IST PROZESS-REENGINEERING SEHR ENG VERKNÜPFT MIT BRANCHEN-KNOW-HOW. WIE GEHEN SIE HIER KÜNFTIG VOR?

ELLERBRAKE: Wir ergänzen unser traditionell starkes Branchenwissen noch stärker mit Ansätzen des Business Process Reengineering. Dazu zählt auch eine umfänglichere Nutzung von

Process Mining und Reengineering-Tools, die die SAP sowie Drittanbieter im Portfolio haben. Digitale Transformation ist im Endeffekt Prozesstransformation beziehungsweise -automatisierung. Und hier werden branchenspezifische Prozessmodelle die Grundlage bilden. Das Prozessmodell vergleiche ich gegen einen Industrie-Benchmark, nehme die Prozesse, die Wettbewerbsvorteile bringen können, unter die Lupe und optimiere diese. Auf der Consulting-Seite beherrschen wir die Aufgaben, zudem verfügen wir über Komponenten wie den technischen Betrieb und die Implementierung. Dennoch werden wir unsere Aktivitäten stärker bündeln mit klarer globaler Ausrichtung auf Branchen, die wir fokussiert und mit globalen Industrielösungen bedienen werden. Im Bereich Lifesciences und Pharma pilotieren wir das gerade auf allen Kontinenten. Und dank unserer Kolleg*innen aus der NTT-Gruppe können wir weitaus besser global skalieren und auf ergänzende Branchenkompetenzen zugreifen.

AUCH IHRE ORGANISATION IST DER TRANSFORMATION UNTERWORFEN. WAS ERWARTEN SIE VON DER UMFIRMIERUNG IN NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS?

ELLERBRAKE: Der gemeinsame Name wird dazu führen, dass wir noch enger zusammenarbeiten – was ja durchaus positiv ist. Zum einen werden wir in der Zusammenarbeit mit den Kolleg*innen unser SAP-spezifisches Know-how einer Kundenklientel zur Verfügung stellen können, die wir in unserem jetzigen Set-up und aufgrund unserer Größe nicht erreichen konnten. Des Weiteren geht die Entwicklung auch bei SAP-fokussierten Unternehmen stärker in Richtung Business Technology Platform – und hier werden auch „SAP-fremde" Services und Lösungen zum Zuge kommen, die in der NTT Data-Gruppe vorgehalten werden. Ich denke insbesondere an Synergien in der Nutzung von digitaler Technologie.

IN WELCHEN BEREICHEN MÜSSEN SIE DAS PORTFOLIO ERWEITERN?

ELLERBRAKE: Als NTT DATA Business Solutions können wir Industrie-Know-how sehr gut verbinden mit SAP-Technologie, um zu automatisieren und zu digitalisieren. Diese Fähigkeit müssen wir durch Beratungsangebote im Bereich „Business Advisory" ergänzen. Hierzu gehört sicherlich im Kern die Prozessberatung, aber auch Value Engineering Services, die dem Kunden Nutzen und Roadmap einer Softwareumstellung aufzeigen. Darüber hinaus werden Innovationen zu IoT, KI oder Blockchain eine größere Rolle in unseren Projekten spielen – und zwar als natürlicher Bestandteil eines Projektes. Um diese Technologien mit Fachleuten zu unterfüttern, greifen wir stärker auf Experten von NTT DATA zurück. Eine enge Verzahnung in der Gruppe kann uns hier nur weiterbringen.

KÖNNEN SIE EIN KONKRETES BEISPIEL FÜR DIE KOLLABORATION VON SAP, DER NTT-GRUPPE UND DER EHEMALIGEN ITELLIGENCE NENNEN?

ELLERBRAKE: Universitäten haben große Herausforderungen mit der zunehmenden Internationalisierung. Jahr für Jahr reichen Tausende Bewerber aus der ganzen Welt ihre Zertifikate und Abschlüsse im Bewerbungsverfahren ein. In einem Pilotprojekt haben wir die SAP-Applikation zur Studentenverwaltung um eine Funktion ergänzt, die Zertifikate über die Blockchain mit Schlüsseln versehen und auslesen kann, um die Authentizität der eingereichten Unterlagen zu ermitteln. Allerdings braucht man fundiertes Blockchain-Wissen. So kommt NTT DATA ins Spiel, die unser Know-how hier gezielt ergänzen. Wenn wir das gesamte Potenzial im sich verändernden Markt heben wollen, müssen wir die Anforderungen von SAP und unseren Kunden aufgreifen und die Stärken der Schwestergesellschaften konsequent nutzen. ■

GLOBAL MANAGED SERVICES

„WIR FOKUSSIEREN AUF DIE POSITIVEN EFFEKTE DES WANDELS“

Neue Großkunden, weltweiter Scope, innovatives Portfolio, Operational Excellence – der Geschäftsbereich Global Managed Services (GMS) wächst stetig weiter. Ein wichtiger Nährboden sind die engen Verbindungen in der NTT-Gruppe. **LARS JANITZ**, Executive Vice President und Head of GMS, spricht im Interview über die Treiber im Markt und die Vorteile der globalen Zusammenarbeit.

„Wir sind gut vorangekommen. Allein 2020 haben wir im Managed-Services-Umfeld mehrere neue Verträge geschlossen, die vom Volumen her zu den Größten der itelligence-Historie zählen. Darunter sind Konzerne wie SAP und ArcelorMittal.“

Lars Janitz
Executive Vice President
und Head of GMS

HERR JANITZ, VOR JAHREN HABEN SIE AN GLEICHER STELLE ALS WICHTIGE HERAUSFORDERUNGEN IHRES BEREICHS GMS DAS GESCHÄFT MIT LARGE ENTERPRISES UND DIE GLOBAL DELIVERY GENANNT. WO STEHEN SIE HEUTE?

LARS JANITZ: Wir sind gut vorangekommen. Allein 2020 haben wir im Managed-Services-Umfeld mehrere neue Verträge geschlossen, die vom Volumen her zu den größten der itelligence-Historie zählen. Darunter sind Konzerne wie SAP und ArcelorMittal. Das wiederum macht das Thema Global Delivery für uns noch relevanter. Um das Momentum aufzugreifen, integrieren wir mit Indien einen unserer wichtigsten globalen Shoring-Standorte in diesem Jahr in GMS. So werden wir noch flexibler, skalierbarer und kosteneffizienter und können Anforderungen damit besser umsetzen.

WIE HABEN SIE DAS GESCHÄFT MIT GROSSEN NEUKUNDEN ANGETRIEBEN?

JANITZ: Durch die Initiative „Managed Services @ Large Enterprises" wurde eine strategische Plattform gebildet, die in der ganzen Firma sichtbar war und ist. Zudem haben wir die Organisation angepasst, Schlüsselpositionen neu besetzt, das Portfolio optimiert, ein dediziertes Innovations-Management etabliert und die Taskforce AMS@Large Enterprise ins Leben gerufen. Die Gründe liegen auf der Hand: Wir unterstützen weiterhin den Mittelstand mit unseren Services, der Wert des globalen Ansatzes kommt aber noch stärker bei großen Unternehmen zum Tragen. Das wiederum macht die Operational Excellence zu einem Erfolgsfaktor, und wir müssen global liefern können. Nicht zuletzt deshalb arbeiten wir auch schon immer eng mit unseren Schwestergesellschaften innerhalb der NTT-Gruppe zusammen.

WAS ERWARTEN SIE SICH HIER VON DER UMFIRMIERUNG IN NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS?

JANITZ: Der Bereich GMS ist seit 2014 absolut global aufgestellt. Unsere mehr als 1.500 Mitarbeiter*innen sind in Malaysia, Indien, China, Polen und Deutschland tätig und agieren gemeinsam mit den lokalen Frontends in den Market Units. Darüber hinaus arbeiten wir seit geraumer Zeit intensiv in der NTT-Gruppe an gemeinsamen Kunden und Themen. International sind das häufig große Unternehmen. Dort erwarte ich keine signifikanten Auswirkungen einer Umbenennung, auch wenn sich itelligence in vielen Ländern und Unternehmen einen guten Ruf erarbeitet hat. Ich fokussiere auf die positiven Effekte des Wandels – wir gehören jetzt international zu ONE NTT, können unsere Ressourcen flexibler einsetzen und müssen nicht mehr unsere Sonderrolle aufgrund des abweichenden Brands erklären.

WIE ORGANISIEREN SIE DIE COLLABORATION MIT DEN NTT-SCHWESTERGESELLSCHAFTEN, UND WIE GRENZEN SIE SICH AB?

JANITZ: Wir haben in allen Regionen eine intensive Zusammenarbeit im Vertrieb und im Delivery etabliert. Trotzdem hängt das auch von der Situation im jeweiligen Land ab. Speziell in Deutschland, Belgien, UK und Frankreich beispielsweise baut die Gruppe auf unsere SAP-Expertise. Besonders bei Großkunden sind dann häufig die NTT DATA oder die NTT Ltd. der Rahmenvertragspartner für Kunden, und wir liefern den SAP-Teil zu. Daher ist es ein abgestimmtes Account Management besonders wichtig. Allerdings gibt es in einigen Ländern auch Wettbewerbssituationen. Dazu haben wir mit der NTT Ltd. für Europa ein sogenanntes Tiger Team mit Top-Leuten für jedes Land aufgestellt und in proaktiven Diskussionen eine gemeinsame Kunden- und Portfolio-Matrix definiert. Da müssen wir gewisse Überlappungen einfach akzeptieren.

KÖNNEN SIE EIN KONKRETES BEISPIEL FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT NENNEN?

JANITZ: In einer großen SAP-Ausschreibung kam der Softwarekonzern auf uns zu und regte unsere Beteiligung an – unter der Bedingung, dass wir uns gruppenweit konsistent als ONE NTT beteiligen. GMS hat das Angebot koordiniert, mit dem Hauptquartier in Tokio die Autorisierung abgestimmt und dann die relevanten Schwesterfirmen aktiv eingebunden. Durch den Gewinn der Ausschreibung sind wir nun einer der wenigen Global Strategic Supplier der SAP.

WAS VERSPRECHEN SIE SICH VON DEM ABKOMMEN?

JANITZ: Anfang Dezember haben die CEOs von SAP und NTT eine Intensivierung der strategischen Partnerschaft verkündet. Der Status des Global Strategic Supplier ist dafür ein wichtiger Baustein und verbessert unsere Sichtbarkeit, gibt uns Rückenwind und steigert das Geschäftsvolumen. Als itelligence allein hätten wir das wohl nicht geschafft. Und die Zusammenarbeit ist auch inhaltlich sinnvoll. Als Gruppe können wir ein noch breiteres SAP-Portfolio anbieten. Als Beispiel lassen sich die Service-Desk-Leistungen unserer Schwester NTT DATA Services nennen, welche wir in unser Angebot bezüglich der HANA Enterprise Cloud integriert haben. Wir ergänzen uns an vielen Stellen, und auch mit der NTT Ltd. arbeiten wir eng zusammen. Der sogenannte SAP-Mega-RfP hat uns einen großen Schub gegeben, weil wir unsere diesbezügliche Business-Erfahrung und Reputation als langjährig erfolgreicher SAP-Supplier noch stärker in die Gruppe einbringen können.

WIE WICHTIG IST ES, DASS IHR BEREICH GMS AUCH IM INNEREN ENGER ZUSAMMENWÄCHST?

JANITZ: In den vergangenen Jahren haben wir daran gearbeitet, unsere eigenen lokalen und regionalen Besonderheiten abzubauen. In einem globalen Markt muss man lokale Besonderheiten beachten und akzeptieren, trotzdem kann nicht jedes Land einen eigenen Ansatz verfolgen. Als globale Einheit brauchen wir aber die Menschen vor Ort als Frontend, um Kunden und Kulturen noch besser zu verstehen. Darüber hinaus erfordern strategische Partnerschaften mit globalen Hyperscalern wie AWS, Azure und GCP ein ebenfalls global koordiniertes Agieren auf unserer Seite.

WELCHE FOLGEN HAT DER DURCHBRUCH DER CLOUD FÜR IHR GESCHÄFT?

JANITZ: Bei der Cloud-Transition werden die Hyperscaler immer bedeutender, und die Disruption schreitet voran. Das klingt zunächst negativ, eröffnet uns aber auch viele neue Chancen. Durch globale Abkommen mit Hyperscalern können wir neue Services anbieten und sind unseren Kunden gegenüber noch umfangreicher und flexibler aufgestellt. Sie haben die Wahl zwischen eigenen Rechenzentren, unserer Private Cloud, der Public Cloud und natürlich hybriden Ansätzen. Dies folgt unserem strategischen Ansatz „We manage your Cloud". Flexibilität ist heute ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg. ■

NTT DATA GROUP

COLLABORATION – LEARNING BY DOING

Masahiro „Yanary“ Yanagawa hat sieben Jahre bei itelligence daran gearbeitet, dass die Zusammenarbeit in der Gruppe mit den Schwestergesellschaften besser gelingt. Der Executive Vice President und Head of Global Collaboration setzt auch in Zukunft auf die Kraft positiver Erfahrungen und sieht die Umbenennung als einen Schritt auf das nächste Level.

„Es ist nicht so leicht, alle Fähigkeiten in den anderen Schwestergesellschaften zu erfassen. Aber alle müssen wissen, was wir leisten können, damit sich die Zusammenarbeit einfach gestaltet und der Prozess effektiv ist.“

Masahiro Yanagawa
Executive Vice President
Head of Global Collaboration
& J-MNC Business

HERR YANAGAWA, ITELLIGENCE HEISST AB SOFORT NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS. WAS WAR IHRE AUFGABE IN DEN VERGANGENEN ZWÖLF MONATEN, UM DIESEN ENTWICKLUNGSSCHRITT ZU UNTERSTÜTZEN?

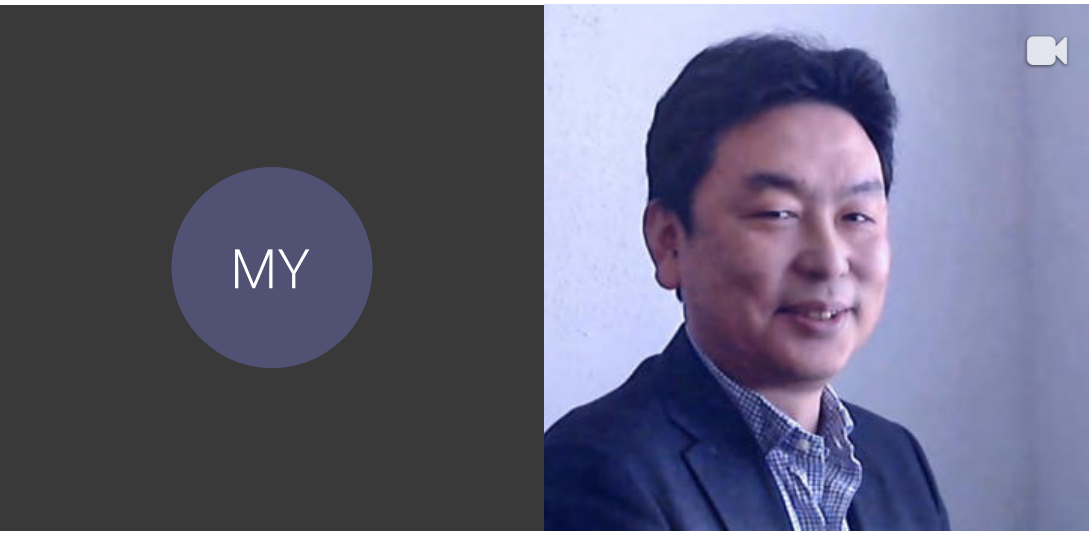
MASAHIRO „YANARY" YANAGAWA: Meine Rolle hat sich nicht verändert, ich treibe die Zusammenarbeit wie bisher weiter voran. Im Kern geht es darum, gemeinsam mit den Schwestergesellschaften mehr gemeinsames Geschäft zu generieren. Alle Seiten können sich gegenseitig unterstützen, wir bringen in erster Linie unser SAP-Business ein. Im internationalen Markt bilden diese Kompetenzen eine Klammer für die Zusammenarbeit. Hier verfügt NTT DATA Business Solutions über die umfangreichsten Lösungserfahrungen und zukunftsfähige Innovationen.

WO SEHEN SIE DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT?

YANARY: Es ist nicht so leicht, alle Fähigkeiten in den anderen Schwestergesellschaften zu erfassen. Aber alle müssen wissen, was wir leisten können, damit sich die Zusammenarbeit einfach gestaltet und der Prozess effektiv ist. WDaher müssen wir daran arbeiten, unsere Aktivitäten und Kenntnisse viel besser miteinander zu teilen – keine einfache Aufgabe, und die Kapazität meines Teams ist begrenzt. In meiner Rolle als Liaison Officer habe ich versucht, unsere Erfahrungen rund um Kunden, Projekte und Fähigkeiten mit dem NTT DATA HQ und anderen Konzerngesellschaften zu teilen. Ein Ziel ist, unser Potenzial auch den anderen Einheiten und Geschäftsbereichen in der Gruppe zu vermitteln.

EIN MARKENWECHSEL IST IMMER EIN SENSIBLES VORHABEN. INWIEWEIT HILFT IHNEN DIE EINHEITLICHE MARKE DABEI, SICH INTERN BESSER ZU VERNETZEN?

YANARY: Ich komme zwar von NTT DATA, doch ich bin seit langer Zeit ein itelligence bzw. jetzt NTT DATA Business Solutions Mitarbeiter. Und ich verstehe, dass die Marke für viele Kolleg*innen sehr wichtig ist, weil sie stolz auf ihre Leistungen sind. Aber unser CEO Norbert Rotter hat neulich nochmals darauf verwiesen, dass itelligence nicht der erste Name des Unternehmens ist, sondern der vierte. Nach 21 Jahren ist es nun wieder Zeit, den Namen zu wechseln und auf das nächste Level zu springen. Wir befinden uns in einer entscheidenden Phase der Transformation vom Entrepreneur-Ansatz und Mittelstandsfokus zu einem Unternehmen, das auch größere Accounts anstrebt. Hier ist der Markenwechsel sinnvoll, da die meisten dieser Kunden international aufgestellt sind.



ERWARTEN SIE EINEN GROSSEN KULTURELLEN WANDEL FÜR DIE BESCHÄFTIGTEN?

YANARY: Nicht, wenn wir unsere grundlegenden Charaktereigenschaften wie Open Mindset und Entrepreneurship behalten. Wir brauchen diese Einstellungen nach innen zu den Schwestern, und wir müssen künftig öfter über den Tellerrand hinausdenken. Als Teil der NTT Group bieten sich interessante Chancen für mehr Business und neue Netzwerke. Zwar ist itelligence längst eine globale Firma, aber es gibt noch viele andere gute Leute in der Gruppe. Wir sind in der vorteilhaften Ausgangslage, mit unseren SAP-Kompetenzen zu punkten und allen Einheiten interessante geschäftliche Chancen zu erschließen.

WIE WIRD SICH IHRE PERSÖNLICHE ROLLE IN DER REORGANISATION VERÄNDERN?

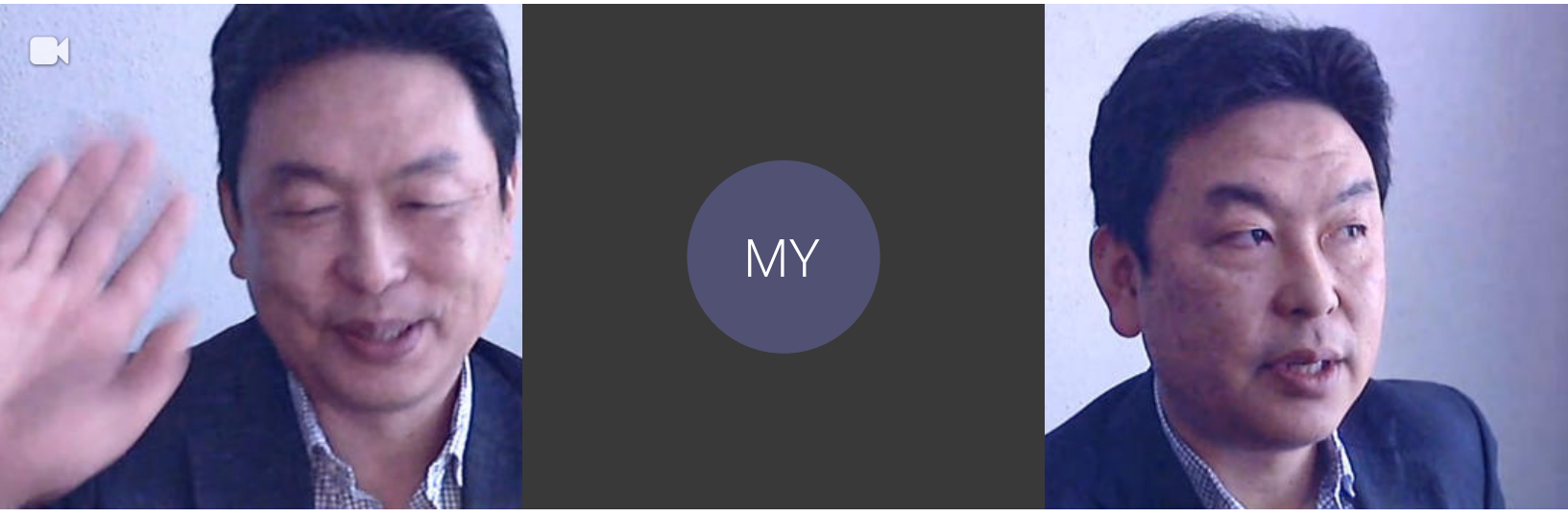
YANARY: Auch wenn sich der Name ändert, werden meine Aufgaben gleich bleiben. Wir müssen weiter die Zusammenarbeit optimieren, um mehr Umsatz und Profit zu erzielen und uns von den Wettbewerbern zu differenzieren. Zudem fungiere ich als Vermittler, wenn es zwischen den Schwestern zu Konflikten kommen sollte. Das ist eine wichtige Rolle.

ALS EINE ART INTERNER SCHIEDSRICHTER?

YANARY: Ja, aber ich bin immer noch Mitglied des itelligence-Teams. Weil ich fair bleiben will und den Ausgleich suche, ist die Aufgabe manchmal eine Herausforderung.

WENN SICH DIE SCHWESTERN BEIM ZUGANG ZUM MARKT IM WEG STEHEN – WIE LÖSEN SIE DAS DILEMMA?

YANARY: Ich habe immer versucht, die positive Seite der Zusammenarbeit zu beschreiben und auf die Win-Win-Situation zu verweisen. Aber Collaboration funktioniert nicht allein durch Forderungen, oft bleibt es dann bei Absichtserklärungen. Die Einheiten haben unterschiedliche Ziele, und um sich anzugleichen, brauchen wir Zeit und Erfahrungen in der Zusammenarbeit. Nur durch größere, gemeinsame Aufträge verändert sich das Mindset für Kooperationen. Ich wollte daher immer Leuchtturmprojekte schaffen, an denen viele Menschen aus der gesamten Gruppe beteiligt sind. So lernen alle, dass die Zusammenarbeit gut ist – Learning by Doing.



WIE SIEHT DIE GEMEINSAME ORGANISATION MITTELFRISTIG AUS, WAS IST IHRE VISION?

YANARY: Ich gehe davon aus, dass die Position von NTT DATA Business Solutions im globalen SAP-Business weiter gestärkt wird. In fünf Jahren haben wir uns erfolgreich im Markt für Großunternehmen mit bis zu zehn Milliarden Euro Jahresumsatz etabliert. Dazu müssen wir lernen, deren spezielle Anforderungen aufzunehmen und zu erfüllen. Diese Kunden brauchen mehr zusätzliche Leistungen rund um den SAP-Kern, und wir müssen weiter in die Rolle des SAP-Systemintegrators hineinwachsen, um unser Angebot abzurunden. Mit den Kompetenzen der Schwestergesellschaften gelingt uns das besser, und im Gegenzug unterstützen wir diese in SAP-Fragen. In den kommenden Jahren haben wir die Chance, gemeinsam Veränderungen positiv umzusetzen und eine bessere Zukunft für alle mitzugestalten. ■

Masahiro „Yanary" Yanagawa

„Ich habe immer versucht, die positive Seite der Zusammenarbeit zu beschreiben und auf die Win-Win-Situation zu verweisen."

>8.000
ZUFRIEDENE KUNDEN IN ÜBER 60 LÄNDERN

>30.000
PROJEKTE, BERATUNGEN UND SCHULUNGEN PRO JAHR

Näher am Kunden — weltweit. Wir übertragen unsere ideellen Werte in einen materiellen Wertbeitrag: Langfristig angelegte und enge Beziehungen zu unseren Kunden ermöglichen, dass sie ihre Anforderungen und Ziele erreichen. Mit Weitsicht greifen wir die technische Zukunft auf und wenden sie konsequent an. So begleiten wir mit Leidenschaft und Expertise unsere Kunden auf ihrem Weg zum intelligenten Unternehmen.

Trusted global advisor

SMART WORKING

HELDEN DER (MOBILEN) ARBEIT

Seit März 2020 sind 95 Prozent aller NTT DATA Kolleginnen und Kollegen weltweit im Ausnahmezustand: Sie machen ihre Arbeit, die früher selbstverständlich mit persönlichen Meetings, Dienstreisen und Kundenbesuchen verbunden war, inzwischen fast ausschließlich digital. Das hat das Unternehmen verändert – zum Besseren.

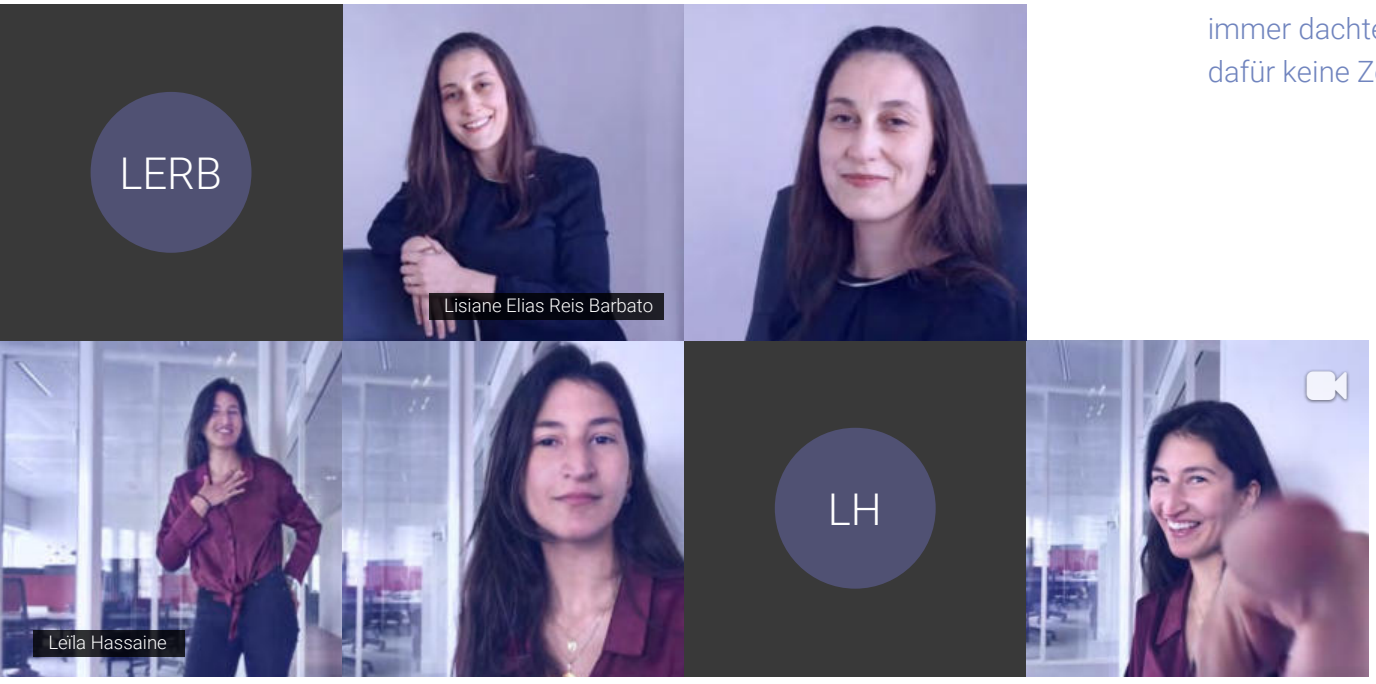
Als im März der erste Lockdown begann, war **JAMIE STAMPER** gerade in Kansas City in Missouri. Die Projektleiterin und ihr Team steckten mitten im Go-Live eines Großprojektes. Wie in dieser Projektphase üblich – zumindest vor der Covid-19-Pandemie – befanden sich die Kolleginnen und Kollegen nicht in ihren Büros bei NTT DATAin Cincinnati (Ohio), sondern persönlich vor Ort beim Kunden, um die letzten Checks zu machen. Anfang April sollten schließlich die Systeme laufen. „Plötzlich war alles anders", erinnert sich die 58-Jährige. „Die Unternehmensleitung entschied: Ihr arbeitet ab sofort von zu Hause aus. Zum Kunden geht ihr jedenfalls nicht mehr." Stamper grinst. „Wir haben dann nicht groß lamentiert, ob wir das hinbekommen. Wir haben uns gefragt: Wie schaffen wir es am besten?"

Ihre Reaktion ist ganz typisch für die Art, wie Kolleginnen und Kollegen bei NTT Data weltweit mit der Jahrhundertkrise umgehen. Sie fackeln nicht lang. Sie tun, was getan werden musste. Seit mehr als einem Jahr sitzen sie nun fast alle im Home Office, haben Dienstreisen und Kundenbesuche auf Eis gelegt, sehen ihre Teams nur noch virtuell. Sie erledigen ihre Arbeit mobil, als wäre es nie anders gewesen. Das darf man durchaus heldenhaft finden – selbst wenn tapfere NTT Data-Mitarbeiter*innen wie Jamie Stamper das Etikett „Held" wahrscheinlich weit von sich weisen würden.

Stamper und ihre Mitarbeiter*innen bei NTT DATA hatten keine Probleme, sich auf mobiles Arbeiten umzustellen: „Wir haben ohnehin alle Laptops, hatten vorher schon viele Projektschritte zumindest teilweise remote erledigt." Die Entwickler aus Indien zum Beispiel waren fast immer nur zugeschaltet gewesen. Und doch überraschte es sie, wie selbstverständlich plötzlich alles rein digital funktionierte. Vor der Pandemie war sie ständig in den ganzen USA unterwegs gewesen. „Sonntagabend in den Flieger. Donnerstagabend zurück", sagt sie. Den Freitag verbrachte sie dann komplett in internen Calls. Jetzt ist jeden Tag Freitag. Sie sitzt allein vor ihrem Laptop im Wintergarten. Und wundert sich:

„Plötzlich war alles anders. Die Unternehmensleitung entschied: Ihr arbeitet ab sofort von zu Hause aus. Zum Kunden geht ihr jedenfalls nicht mehr."

„Ich kann mich mehr auf Dinge konzentrieren, von denen ich früher immer dachte, dass ich dafür keine Zeit habe. “



„Ich hätte mir nie träumen lassen, dass ich meinen Job auch ausschließlich auf diese Weise machen kann.“

Die Covid-19-Pandemie hat das Arbeiten bei NTT DATA weltweit drastisch verändert. Technisch war der Wechsel zum mobilen Arbeiten verhältnismäßig einfach – für den Alltag bedeutete er je nach Business Unit und Mitarbeiter*innen indes einen totalen Neuanfang. Zum Beispiel für **LEÏLA HASSAINE**, SAP-Logistikberaterin aus dem Büro Courbevoie im Norden von Paris. Die 27-Jährige ist für Termine normalerweise gerne zum Kunden gefahren, war zusätzlich gerne und oft im Büro. „Früher war ich nie im Homeoffice“, sagt Hassaine. Seit Beginn der Pandemie hat sie bis auf ein paar vereinzelte Tage im Sommer ihre gesamte Arbeitszeit zu Hause im Wohnzimmer ihrer kleinen Wohnung verbracht. „Als jungem Menschen fällt mir das mobile Arbeiten wahrscheinlich leichter als Kolleg*innen, die womöglich auch noch Kinder betreuen müssen“, sagt sie.

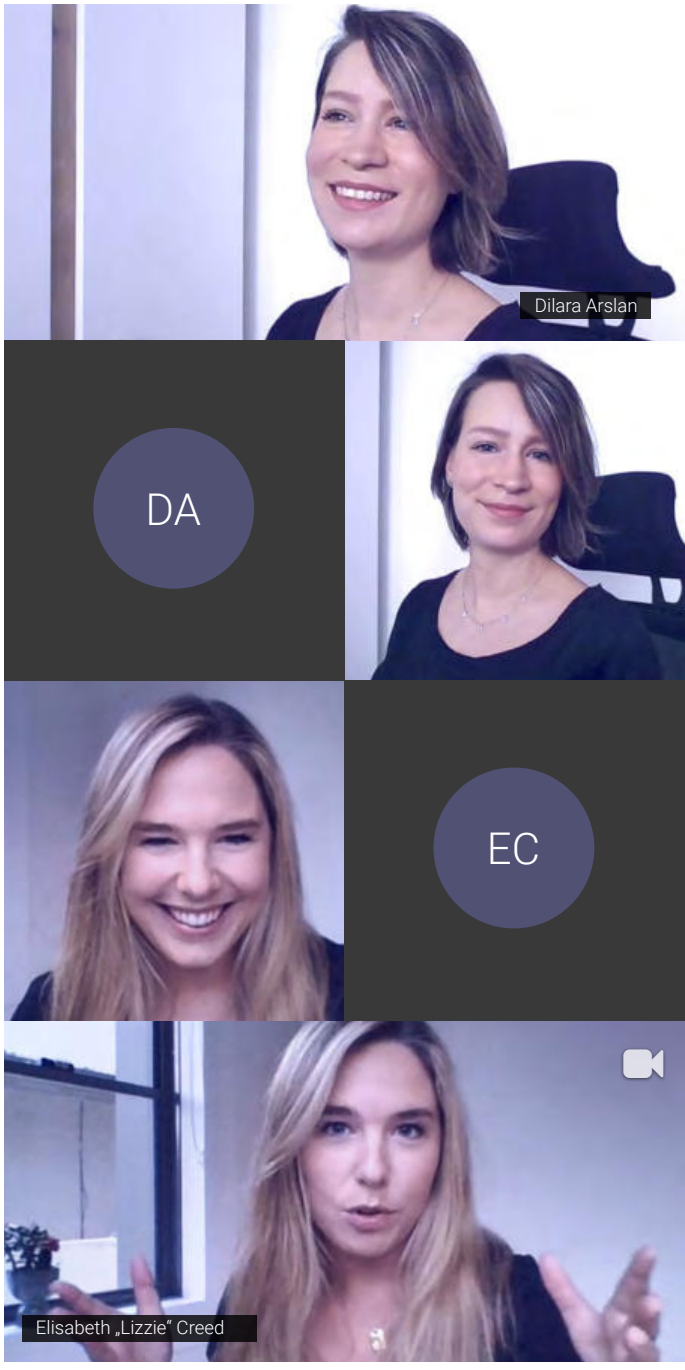
Bei ihr ist das Problem vielmehr, dass Ihr der Kontakt zu Kund*innen fehlt, außerdem zu Kolleginnen und Kollegen von denen viele gleichzeitig ihre Freunde sind. NTT DATA Frankreich bemüht sich aktiv um Mitarbeiter*innen wie Hassaine, die durch die Pandemie weitgehend auf sich allein gestellt sind. Vorgesetzte fragen zum Beispiel öfter nach, wie es ihr geht und ob sie Unterstützung braucht. Dafür, sagt Hassaine, ist sie dankbar. Trotz allem hat sie die Qualität ihrer Arbeit gehalten. Ein Gutes habe die Situation immerhin: „Ich kann mich mehr auf Dinge konzentrieren, von denen ich früher immer dachte, dass ich dafür keine Zeit habe.“ Sie ernährt sich gesünder und hat angefangen, Violine zu spielen.

Oder nehmen wir **LISIANE ELIAS REIS BARBATO**, Leader Customer Experience im NTT Data-Büro im brasilianischen Curitiba. Unternehmen dort dürfen selbst entscheiden, wie sie mit der Situation umgehen. Barbato arbeitet seit März 2020 zu Hause – so wie die meisten ihrer Kolleginnen und Kollegen. Die Personalabteilung unterstützte Mitarbeiter*innen und half, wenn Angestellte oder ihre Familienangehörigen krank wurden. Die Arbeit, sagt Barbato, funktioniert dank MS Teams und anderer digitaler Kommunikationsmittel reibungslos, auch wenn der menschliche Kontakt fehlt. Und genau wie ihre französische Kollegin Leïla Hassaine versucht sie, das Beste aus der Situation zu machen: Weil sie jetzt nicht mehr jeden Tag 1,5 Stunden für den Weg zur Arbeit braucht, hat sie mehr Zeit für ihre Tochter, die zur Grundschule geht.

DILARA ARSLAN, SAP-Projektmanagerin bei NTT DATA im türkischen Istanbul, ist normalerweise in der IT-Abteilung des Kunden Unilever tätig. Dort sie IT-Projekte von Unilever-Tochtergesellschaften in 49 Ländern und hätte eigentlich 2020 allein zweimal nach Singapur fliegen sollen. „Jetzt finden alle Gespräche online statt", sagt die 32-Jährige. Schon vor der Pandemie war Unilever von Skype zu Teams gewechselt, Arslan und ihre Kolleg*innen kannten sich mit dem System also bestens aus. „Die unterschiedlichen Zeitzonen machen Absprachen und die Terminfindung allerdings schwierig", sagt Arslan. „Manche Dinge dauern erheblich länger." Für das Singapur-Projekt trat sie schon mal um fünf Uhr morgens zum Teams-Call an – wegen der Zeitverschiebung. Gleichzeitig ist die Türkei besonders schwer von der Pandemie betroffen, es gelten Ausgangssperren. Arslan und ihr Mann, der ebenfalls bei NTT DATA arbeitet, haben von März bis Mai das Haus nicht verlassen. „Wir hatten große Angst, uns zu infizieren."

Im Backoffice kümmern sich derweil Menschen wie **ELISABETH „LIZZIE" CREED** darum, dass NTT DATA als Gemeinschaft trotz Corona nicht auseinanderfällt. Creed (32) ist People Manager in der Abteilung „People & Culture" am Standort Sydney in Australien. Und während sie selbst seit März zu Hause arbeitet, hat sie sich um die Kolleg*innen in ihren Homeoffices im ganzen Land gekümmert. „Die Regierung nimmt das Virus sehr ernst und reagiert schnell auf Veränderungen", sagt Creed. Die westaustralische Stadt Perth etwa war nach einem einzigen Corona-Fall für fünf Tage von der Außenwelt abgeschnitten. Der Bundesstaat Victoria ging fast vier Monate in den Lockdown. „Für Kolleg*innen aus Melbourne, die an Kundenstandorten arbeiten mussten, haben wir spezielle Ausnahmegenehmigungen eingeholt. Kunden mussten ein Corona-Schutzkonzept vorlegen, streng nach den Vorgaben der Regierung."

Vor allem aber hat Creed während der vergangenen Monate die unterschiedlichsten Initiativen für die Kolleginnen und Kollegen in Australien organisiert. Etwa die „Values Week", für die Creed und Kolleg*innen sonst durchs ganze Land reisen und Workshops anbieten. Dieses Jahr fand das Event virtuell statt. Mitarbeiter bekamen „Happy Boxes" mit Utensilien geschickt, um die Aktivitäten zu Hause mit ihren Familien nachspielen zu können. Beim „Coffee Roulette" würfelten Creed und ihr Team Kollegen zufällig zusammen und ermutigen sie, auch Familienmitglieder und Haustiere



„Es gab Präsentationen über Work-Life-Balance – insgesamt sehr viele Angebote, um uns zu helfen, mit der Situation zurechtzukommen."

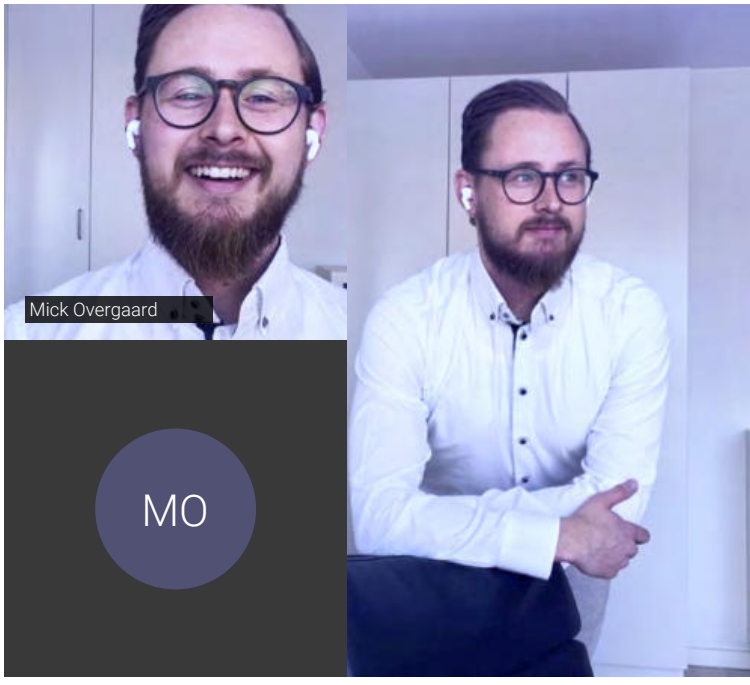
vor die Kamera zu holen. Viele teilten Fotos der Runden später auf der Plattform yammer. Mitarbeiter durften für die Heimarbeit Monitore und ergonomische Stühle aus dem Büro ausleihen, sie konnten sich vertraulich beraten lassen und bekamen Gutscheine für den Lieferdienst Uber Eats. „Besonders Mitarbeiter mit Kindern verdienen unsere Rücksicht und Flexibilität", sagt Creed. „Sie müssen Heimarbeit, Kinderbetreuung und Home Schooling unter einen Hut bekommen. Das war für einige manchmal schwierig."

Auch in anderen Ländern erwiesen sich die Teams als ausgesprochen findig, wenn es darum ging, persönliche Treffen wie die gemeinsame Mittagspause durch virtuelle Formate zu ersetzen. In Dänemark hat NTT DATA zum Beispiel einen Personal Trainer engagiert, der nun Onlinekurse anbietet – jeden Morgen 15 Minuten und 30 Minuten abends. **MICK OVERGAARD**, Senior Professional Supply Chain Management am Standort Horsens, hat schon ein paar Mal mitgemacht. „Eine Kollegin macht freitagsmorgens eine Online-Achtsamkeitsübung", erzählt er. „Es gab Präsentationen über Work-Life-Balance – insgesamt sehr viele Angebote, um uns zu helfen, mit der Situation zurechtzukommen." Von Freunden hat er gehört, dass diese von ihren Arbeitgebern nicht ansatzweise so viel geboten bekommen.

Overgaard ist 32 Jahre alt und als Consultant für Cloud-Anwendungen daran gewöhnt, seinen Job immer wieder wochenlang mobil zu machen. Das war auch vor der Pandemie schon so. „Alle Systeme, mit denen ich arbeite, sind browserbasiert", sagt er. „Ich brauche nicht mal einen VPN-Zugang." Covid 19, davon ist Overgaard überzeugt, habe endgültig gezeigt, dass Cloud-Applikationen die Zukunft gehört. Ja, der erste Lockdown war hart für Overgaard, als nicht nur er selbst und seine Frau plötzlich den ganzen Tag in dem Einfamilienhaus in Aarhus zusammensaßen und ihre Jobs online erledigen mussten, sondern auch die beiden kleinen Kinder, zwei und drei Jahre alt, ohne Betreuung waren. „Wir haben uns in Vier-Stunden-Schichten abgewechselt, bis Mitternacht", sagt er. Doch jetzt, wo die Kindergärten in Dänemark wieder offen haben, kommt er mit der Situation eigentlich ganz gut zurecht. „Für sehr extrovertierte Kolleg*innen ist es bestimmt schwieriger."

GERHARD GROSSER, Projektmanager am Standort Bielefeld in Deutschland, gibt gerne zu, dass ihm die Kolleg*innen und das Reisen fehlen. Vor Corona war der 57-Jährige im Schnitt 50 Wochen pro Jahr unterwegs – immer mindestens drei Tage pro Woche. „Ich bin froh, wenn wir das endlich wieder machen können", sagt Grosser. „Das bedeutet zwar viel Koffer packen, aber diese Freiheit möchte ich nicht missen." Als mitten im Lockdown ein Vor-Ort-Besuch bei einem Kunden unumgänglich wurde, mussten seine Leute negative Corona-Tests vorlegen und in Appartements übernachten, die man eigens für sie angemietet hatte. Natürlich, sagt Grosser, funktioniert die Zusammenarbeit auch digital, nicht zuletzt, weil seine Kolleginnen und Kollegen und er schon ein gefestigtes Team waren und sich gut kannten. „Ich glaube, es ist nicht so leicht mit Fremden. Man kann eine andere Person einfach schlechter über ein Telefonat oder Teams einschätzen." Auch das Teamgefühl leidet ohne menschlichen Kontakt auf Dauer, fürchtet Grosser.

Für **ANNEGRET PILLE-HENTSCHEL** wurde der Lockdown zu einer besonderen Herausforderung, denn mitten auf dem Höhepunkt der ersten Pandemiewelle Anfang April 2020 hat man sie zur Teamleiterin Cloud Consulting im Bereich Global Managed Services befördert. Die 43-Jährige arbeitet in der Business Unit Cloud Infrastructure Services im deutschen Dresden.

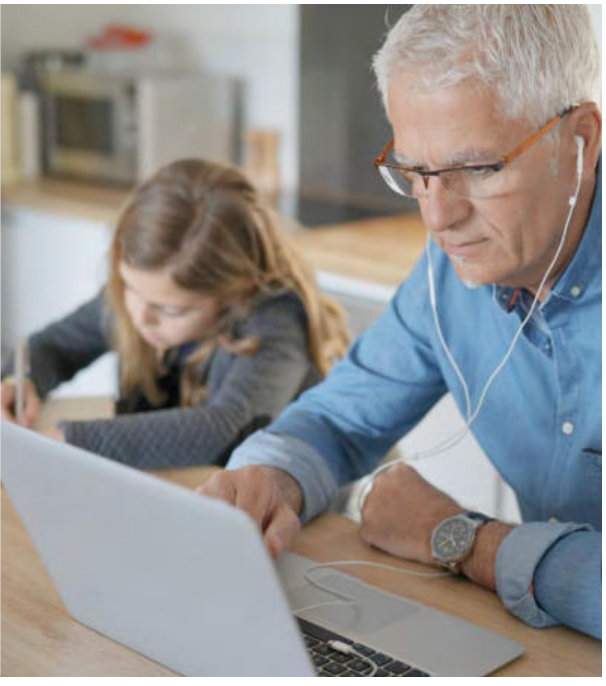


„Die Hälfte meines neuen Teams sitzt in Bielefeld, die andere Hälfte in Bautzen", sagt Pille-Hentschel. Damals galten strikte Reiseverbote innerhalb Deutschlands, trotzdem musste sie zwei Teams zusammenführen, war auf einmal die Vorgesetzte von neun Männern. „Es war gut, dass wir den Rollout von MS Teams vorgezogen haben", sagt Pille-Hentschel. „Das hat die Kommunikation erheblich erleichtert, es war ein Segen." Trotzdem sitzt sie nicht gerne acht Stunden am Tag durchgängig am Rechner. „Persönliche Meetings sind aus meiner Sicht in vielen Fällen effizienter, vor allem in größeren Runden."

Sie zählt die Tage, bis echte Treffen endlich wieder möglich werden. Aber sie erlebt auch, wie die Krise positive Veränderungen bewirkt: Als bei einem großen Teams-Meeting ihr Sohn ins Zimmer kam und Hilfe bei seinen Hausaufgaben brauchte und dabei versehentlich das Mikrofon anschaltete, entschuldigte Pille-Hentschel sich noch bei den anderen Teilnehmern dafür. Anschließend meldete sich aber einer ihrer Kolleg*innen im Chat und schrieb, dass man sich dafür nun wirklich nicht entschuldigen müsse. 23 weitere Kolleg*innen klickten auf „Like". „Wir haben mehr Verständnis füreinander", sagt Pille-Hentschel. „Das ist sehr wertvoll."

Auch in einer Zukunft nach Corona, da ist sich US-Kollegin Jamie Stamper sicher, werden alle umsichtiger und achtsamer miteinander umgehen. „Wir haben gemerkt, dass wir viele Arbeitsschritte auch remote organisieren können, das macht uns effizienter", sagt Stamper. „Aber wir haben auch erkannt, wie wichtig der direkte persönliche Kontakt manchmal ist. Wir werden definitiv nicht wieder alles so machen wie früher, sondern haben sehr viel dazugelernt." ■

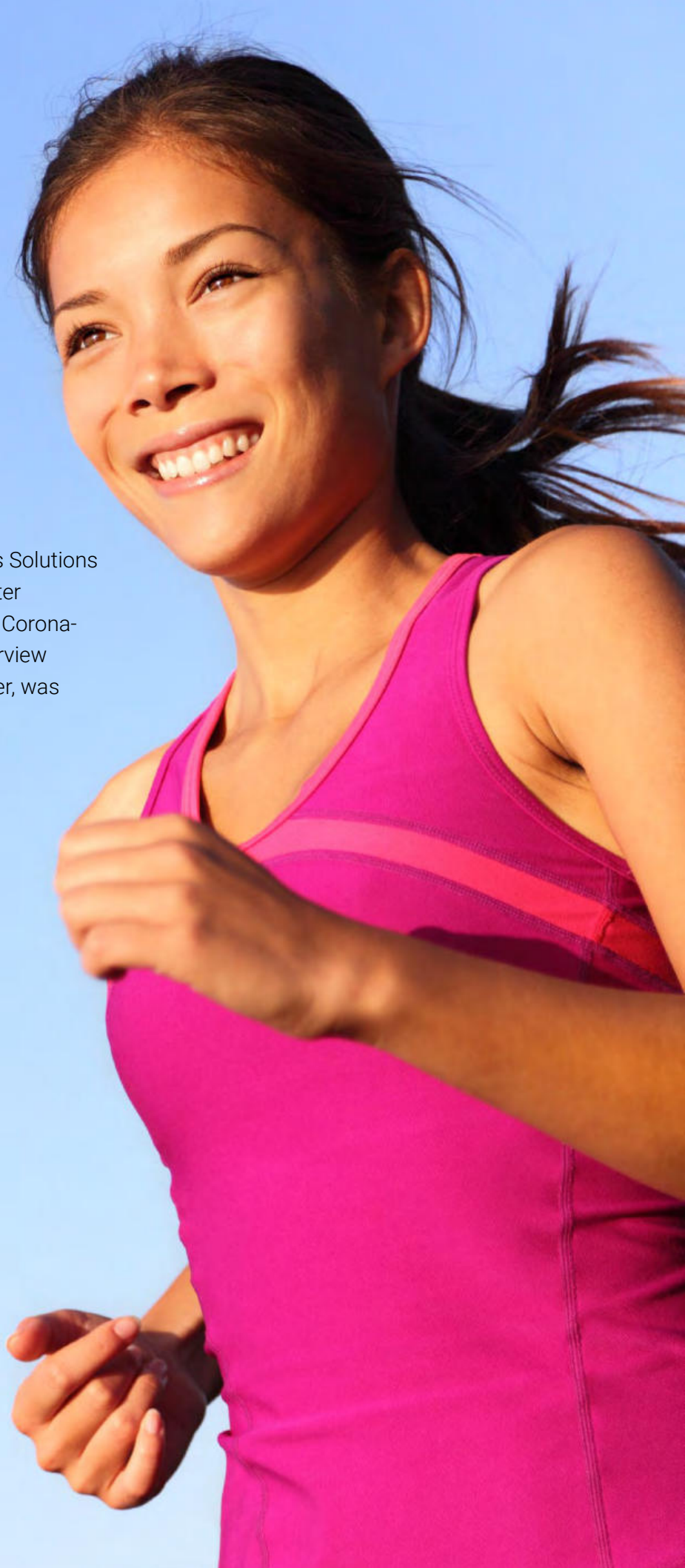
„Wir haben gemerkt, dass wir viele Arbeitsschritte auch remote organisieren können, das macht uns effizienter. Aber wir haben auch erkannt, wie wichtig der direkte persönliche Kontakt manchmal ist. "



INTERVIEW

„WIR HABEN EIN WIRKLICH AGILES UNTERNEHMEN GESCHAFFEN“

DIETER SCHOON ist bei NTT DATA Business Solutions Personalchef und stand deshalb an vorderster Front, als es darum ging, das Arbeiten unter Corona-Bedingungen zu organisieren. Im Video-Interview während des zweiten Lockdowns berichtet er, was das mit dem Unternehmen gemacht hat.



HERR SCHOON, WIR HABEN 10 UHR MORGENS – DAS WIEVIELTE VIDEO-TELEFONAT IST ES FÜR SIE?

SCHOON (LACHT): Gute Frage. Es gab schon ein paar. Die ersten sind immer die mit Australien, so gegen sieben, halb acht. Danach trinke ich einen Kaffee. Die letzten sind meist die US-Amerikaner – oder Asia/Pacific. Das kann dann schon mal 23 Uhr werden.

SIE ARBEITEN VON ZU HAUSE AUS. WIE VIELE MITARBEITENDE VON NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS KOMMEN DERZEIT ÜBERHAUPT INS BÜRO?

SCHOON: Die wenigsten. Etwa 95 Prozent arbeiten mobil, so steht es im monatlichen Corona-Report, den wir seit März erheben. Wir verkaufen Projekte mobil, implementieren mobil, machen das Managed-Services- und Managed-Cloud-Business so gut es geht mobil. Das hat sogar Vorteile, und auch unsere Kontinuitätszusagen und dessen Management gegenüber den und für die Kunden sind weltweit vorbildlich.

WELCHE VORTEILE HAT DAS MOBILE ARBEITEN GENAU?

SCHOON: Bei einer SAP-Implementierung hätte sich unser Berater früher neben den Kunden gesetzt und ihm die verschiedenen Operationen erklärt, die er im SAP-Umfeld bedienen muss. Jetzt sagt er: Zeig' mir mal Deinen Bildschirm, wir schalten uns gemeinsam drauf. Da kann er die Hand des Kunden sozusagen führen. Unsere Sales-Kolleg*innen können bei Gesprächen spontan Experten oder auch Referenzkunden zuschalten, die vielleicht sogar auf einem anderen Kontinent sitzen. Das hätte man vor Corona nicht derart selbstverständlich getan.

ALS IT-UNTERNEHMEN KANN NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS SEINE ABLÄUFE LEICHTER VIRTUALISIEREN ALS EIN INDUSTRIEBETRIEB, ODER?

SCHOON: Natürlich. In den Bereichen Application Management bearbeiten wir Tickets ohnehin meist per Fernzugriff. Bei den Verwaltungstätigkeiten geht es uns wie anderen Unternehmen: Die Bürokolleg*innen machen dasselbe wie immer, nur eben von zu Hause aus. Allerdings waren wir daran gewöhnt, denn viele Fortbildungen und Trainings liefen bei uns schon vor Ausbruch der Pandemie virtuell ab.

SIE HABEN IM ERSTEN LOCKDOWN IM MÄRZ INNERHALB VON ZWEI WOCHEN MICROSOFT TEAMS IM GANZEN UNTERNEHMEN EINGEFÜHRT. WAR DAS SO GEPLANT?

SCHOON: Wir haben das Projekt ziemlich beschleunigt, unsere IT-Kolleg*innen mussten Nachtschichten einlegen. Aber wir waren insofern gut vorbereitet, dass auch vor Corona schon alle

DS

Mitarbeiter*innen mit Laptops und Handys ausgestattet waren. Ich bin froh, dass die allermeisten das Thema ernst genommen haben. Als unser erster Kollege – in Kuala Lumpur – an Covid starb, als die Infektionszahlen im Herbst immer weiter in die Höhe schnellten, da ist Corona ganz nah an die Belegschaft herangerückt.

KOMMEN ALLE MITARBEITENDEN GLEICH GUT MIT DEM MOBILEN ARBEITEN ZURECHT?

SCHOON: Ich würde sagen, dass das mobile Arbeiten für unsere Entwickler sicher die kleinste Umstellung gewesen ist. Ähnliches gilt für die Managed-Services-Mitarbeitenden. Nur sitzen die Teams nicht mehr im Großraumbüro zusammen. Die Sales-Leute vermissen das non-verbale Feedback persönlicher Gespräche vielleicht besonders. Deshalb treffen sie sich zwischendurch – natürlich unter Wahrung der AHA-L-Regeln. Auch die Berater mussten sich an die Situation gewöhnen. Wir machen Trainings dazu. Eine Beziehung, die ich über MS Teams aufbaue, ist einfach fragiler. Immerhin haben wir alle viel mehr Zeit füreinander, weil die ganze Fahrerei wegfällt.

WIE OFT SIND SIE PERSÖNLICH VOR CORONA UNTERWEGS GEWESEN?

SCHOON: Sehr viel. Im März habe ich zuerst gedacht: Ohne Reisen kann ich meinen Job doch gar nicht machen! Dann haben wir, weil es nun einmal nicht anders ging, alles auf Video-Calls umgestellt. Wir haben die Gespräche anders vorbereitet, die Abläufe geändert, damit die Gesprächspartner die Konzentration halten konnten. Und siehe da: Es hat alles überraschend gut funktioniert. In gewisser Weise hat der Lockdown sogar zu mehr Nähe geführt.

WIE MEINEN SIE DAS?

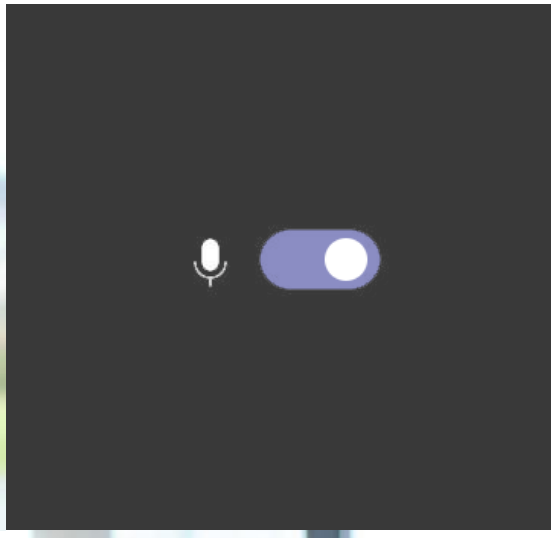
SCHOON: Wir haben neue Formate wie „Talk to the Management" eingeführt. Bis zu 600 Mitarbeitende sind in einer Teams-Runde zugeschaltet und können der obersten Führungsebene anonym Fragen stellen. So etwas gab es zuvor nicht. Kolleg*innen haben Online-Schachgruppen gegründet, sie organisieren Escape-Rooms, posten witzige Videos aus dem Homeoffice. Jeder macht es weltweit etwas anders, aber alle sind sehr findig. Das hat uns geholfen, diese Zeit gut zu überstehen. Unsere Kultur ist einzigartig und robust!

DENNOCH SOLL DAS MOBILE ARBEITEN NICHT ZUM DAUERZUSTAND WERDEN.

SCHOON: Natürlich nicht. Wir alle haben im vergangenen Jahr von unserem Riesenvorrat an Unternehmenskultur gezehrt, aber der ist eben auch nicht unendlich. Das merken wir vor allem, wenn wir neu einstellen – allein 2020 sind rund 2.000 neue Mitarbeiter*innen an Bord gekommen. Diese Menschen konnten noch nicht persönlich erleben, was die Kultur unseres Unternehmens bedeutet. Um dem ein wenig Rechnung zu tragen, haben wir den online stattfindenden Onboardingprozess jetzt auf eine Woche und auf kleinere Häppchen pro Tag verlängert.

WAS BLEIBT VON DEN VERÄNDERUNGEN, WENN DIE KRISE HOFFENTLICH BALD ÜBERSTANDEN IST?

SCHOON: Wir werden sicher nicht mehr ohne Nachdenken ins Flugzeug steigen, nur um einen einzigen kurzen Termin irgendwo wahrzunehmen. Wenn es lediglich um eine Präsentation geht, kann ich das prima auch mit Teams abdecken. Wenn es darum geht, einen Menschen kennenzulernen, ihm wirklich zuzuhören, dann weiß ich ein persönliches Treffen nun wirklich zu schätzen. Wir haben gezeigt, dass wir uns auf Krisen einstellen können. Wir bringen gegenseitig mehr Verständnis für die private Situation auf. Wir haben ein wirklich agiles Unternehmen geschaffen, das in der Lage ist, sehr gut mit der Digitalisierung umzugehen. Das wird uns noch erfolgreicher machen. Und wenn Corona vorbei ist, machen wir eine Riesenparty, aber so was von. Das brauchen wir alle! ■



DIETER SCHOON ist seit Anfang 2015 Executive Vice President Global People und damit weltweit verantwortlich für alle Personalangelegenheiten bei NTT DATA Business Solutions. Nach seinem Studium (Psychologie und Arbeitsrecht) war er ab 1992 Berater für Personal- und Organisationsentwicklung bei Gemini Consulting (später Cap Gemini Ernst & Young), ab 2000 dann bei Cell Consulting. Im Jahr 2003 wechselte er zum Chiphersteller Advanced Micro Devices (AMD) in Dresden. Im Jahr 2004 wurde er Leiter des Personalmanagements bei der itelligence AG in Bielefeld. Schoon ist seit mehr als 25 Jahren verheiratet und hat sechs Kinder, die alle jetzt ebenfalls im „Home-Schooling" sitzen, an der Universität online lernen und sich tagtäglich auf die Corona-Situation einstellen müssen.

„Etwa 95 Prozent arbeiten mobil, so steht es im monatlichen Corona-Report, den wir seit März erheben. Wir verkaufen Projekte mobil, implementieren mobil, machen das Managed-Services- und Managed-Cloud-Business so gut es geht mobil."

Dieter Schoon
Executive Vice President Global People

>130.000
MITARBEITER*INNEN IN DER NTT DATA

Kultur der Leidenschaft. Mit der Passion für technische Meisterleistungen und den vereinten Ressourcen der NTT DATA schaffen unsere Mitarbeiter*innen Lösungen in allen IT-Bereichen, damit Kunden auf dem Weg zur digitalen Perfektion ihr volles Potenzial ausschöpfen können. Unverzichtbar: Teamwork, der Freiraum für Kreativität und ein klares Bekenntnis zur Vielfalt auf allen Ebenen.

Never stop developing!

MY SUPPLY CHAIN GROUP

WARP SPEED IN DER LIEFERKETTE

My Supply Chain Group, die jüngste Beteiligung von NTT DATA Business Solutions, unterstützt den Kampf gegen Covid-19 in den USA. Die SAP-Experten aus Birmingham, Alabama, haben bei einem führenden Life-Sciences-Unternehmen die Planung der Lieferketten verbessert. Umfassende Erfahrungen mit den Tools, dem Segment und der Branche sind das Erfolgsrezept.

In schwierigen Zeiten zeigt sich, welche Lieferketten gut geplant und belastbar sind. Dies gilt umso mehr für Unternehmen, die Impfstoffe für Pandemien entwickeln, verpacken und verteilen. Hier ist der Faktor Zeit entscheidend – daher hat die US-Regierung die „Operation Warp Speed" ins Leben gerufen, um Barrieren im Zulassungsprozess abzubauen und lebensrettende Biopharmazeutika schneller zum Einsatz zu bringen. Ohne digitale Lösungen sind die hohen Anforderungen an Liefertreue und Effizienz nicht zu halten.

Odell Smith kann noch auf Anhieb das Jahr nennen, in dem das SAP-Tool Advanced Planning and Optimization (APO) auf den Markt gekommen ist: „1998 hatte ich schon einige Jahre als Berater für Supply Chains gearbeitet, seitdem bin ich in dem Segment auf SAP spezialisiert." Heute arbeitet der Amerikaner als Solution Architect für die US-Firma My Supply Chain Group (MSCG) und nimmt die Anforderungen der Kunden auf, um sie mit den SAP-Standardlösungen in Übereinstimmung zu bringen. Hierbei gehe es um Lücken, die notwendigen Anpassungen sowie den Versuch, „die Dinge so einfach und standardisiert wie möglich zu halten". Und natürlich um schnelle Lösungen, denn das Virus erlaubt keine Pausen.

Aktueller Auftraggeber von Odell Smith ist eine US-Firma, die als Teil der „Operation Warp Speed" auf die optimale Planung und Ausführung der Lieferketten angewiesen ist. Das Unternehmen entwickelt Impfstoffe sowie Antikörpertherapeutika mit Niederlassungen in aller Welt. Der vielversprechendste Wachstumsmotor ist jedoch der Geschäftsbereich Auftragsentwicklung und -herstellung (CDMO - Contract Development and Manufacturing), der seit Jahren strategisch entwickelt wird. Durch Covid-19 gab es einen massiven Schub: Hier arbeitet die Organisation inzwischen als Dienstleister für Vakzin-Hersteller wie Johnson & Johnson und AstraZeneca von klinischen Entwicklungsstudien bis hin zur kommerziellen Wirkstoff- und Arzneimittelherstellung.

Was fehlte, war eine übergreifende Planungssoftware für die Lieferkette, berichtet Solution Architect Smith. „Sie müssen ihre aktuellen Kapazitäten kennen, die durch laufende Kontrakte ausgelastet sind, und abschätzen, wie viele zusätzliche Aufgaben sie noch übernehmen können." Der Forecast für die Planung von Betrieb und Vertrieb muss über alle Einrichtungen normalisiert werden, um bei Bedarf Produktlinien zu einer anderen Produktionsstätte zu verlagern. „Daher haben sie uns beauftragt, Best Practices aus den Life-Sciences-Applikationen von SAP für die Bestandsverwaltung, die Produktion und die Reports in einer einheitlichen IT-Lösung zu implementieren", so Smith.

Die Wahl von SAP war wegen der standardisierten Integration in ein bestehendes Execution System sowie der niedrigeren TCO gefallen. In dem Projekt sollten Prozesse und Lösungen systematisch standardisiert werden, um ehemalige und künftige

NG

„Unser Erfolgsrezept liegt darin, dass wir uns auf die Planung und Ausführung der Lieferkette sowohl aus Sicht der Geschäftsprozesse als auch der Technologieautomatisierung fokussieren."

Naren Gangidi
Managing Partner,
MSCG

OS

„1998 hatte ich schon einige Jahre als Berater für Supply Chains gearbeitet, seitdem bin ich in dem Segment auf SAP spezialisiert."

Odell Smith
Solution Architect,
MSCG

Zukäufe finanziell wie operativ schneller zu integrieren, berichtet Supply-Chain-Experte Smith: „Zur Zeit gehen viele Life-Sciences-Unternehmen in den USA auf eine einheitliche Plattform, um ihre heterogenen Systeme dort zu konsolidieren." Ein technischer Eckpfeiler dafür ist SAP Integrated Business Planning (IBP), eine Cloud-Lösung für die Bedarfs- und Bestandsplanung über die komplette Versorgungskette der Produktion.

Im Sommer 2020 wurde die Zusammenarbeit mit MSCG aufgenommen, Ziel war die schnelle Implementierung in einer bestehenden Medikamentensparte. „Das Bestandssystem war nur finanziell integriert und nicht in der Supply Chain", erinnert sich der Solution Architect. Im vierten Quartal wechselte das Team in den CDMO-Bereich, um hier ein grundlegendes Modell der Lieferkette bis Jahresende zu entwickeln. Ausgerollt wurde es im Januar 2021 in einer ersten Einrichtung, danach folgten ein Lager und drei Produktionslinien. Insgesamt acht Experten von MSCG arbeiten für die Dokumentation, die Entwicklung, Funktionstests, das Training der Anwender und das Projektmanagement, auf Seiten des Klienten ist ein ähnlich großes Team von IT-Profis im Einsatz.

Smith zufolge wurden Execution und Planung der Lieferkette normalisiert, alle bestehenden Produktlinien dokumentiert und die Kapazitäten systematisch im Tool aufbereitet. „Damit sind sie für den Erfolg in der Zukunft aufgestellt und wissen exakt, wie sie die Kapazitäten und Risiken eines neuen Vertrags kalkulieren müssen." Zudem helfen Simulationen dabei, die finanziellen Auswirkungen etwa von strategischen Investitionen abzuschätzen, die sich über 18 Monate bis zum Produktivstart erstrecken können.

Neben der Standardisierung geht es aber gleichzeitig darum, so flexibel wie möglich mit neuen Anforderungen umzugehen. Wenn beispielsweise die US-Regierung eine bestimme Anzahl von Vakzin-Dosen bestellt, werden sie Teil eines Priority-Rating-Prozesses und müssen offizielle Vorgaben erfüllen. „Das hat höchste Priorität gegenüber allem anderen", erklärt Smith. Allerdings kann man als Unternehmen an mehreren Regierungsinitiativen beteiligt sein: „Daher müssen sie den Prioritätenkonflikt identifizieren, den Bedarf an Komponenten zuweisen und Lieferanten über die Vorgaben informieren." Dies sei nur mit einem systematischen Ansatz für die Planung der Lieferketten möglich.

„Unser Erfolgsrezept liegt darin, dass wir uns auf die Planung und Ausführung der Lieferkette sowohl aus Sicht der Geschäftsprozesse als auch der Technologieautomatisierung fokussieren", sagt Naren Gangidi. Der Managing Partner von MSCG ist wie Solution Architect Odell Smith in das Projekt eingebunden. Jahrelange Erfahrung, Expertise über moderne Tools und fundiertes Branchenwissen zählten laut Gangidi bei der Optimierung von Lieferketten am meisten. „Aber auch unsere persönlichen

Kontakte zu Spezialisten, mit denen wir über Jahre hinweg Beziehungen aufgebaut haben, bleiben der MSCG erhalten."

Und natürlich gehe es auch um die Qualität der Arbeit sowie darum, zu verstehen, was der Kunde wirklich braucht. „Ein neues Dashboard allein reicht nicht – wir müssen wissen, wie sie ihre geschäftlichen Anforderungen in einem volatilen Markt am besten bewältigen", so Gangidi. „Wenn Sie wirklich wollen, dass Ihr Kunde davon profitiert und sein Geschäft effizient betreibt, muss das Ziel die Anwendung neuer Programme sein und nicht nur deren Einführung."

Eine enge Zusammenarbeit im Projekt, Nutzerschulungen, die Sensibilisierung des Managements für die Thematik – „wir haben sogar eine Roadmap für die Nutzung der Software entwickelt", ergänzt Solution Architect Smith. Die nachhaltige Beziehung und die Rolle des Trusted Advisor sei ein Grund, warum MSCG bei Kunden gefragt sei, speziell im Mittelstand. „Sie brauchen jemanden, der sie respektiert, versteht und ihnen effizient helfen kann." Auch das verbindet Birmingham, Alabama, mit Bielefeld, Ostwestfalen. ■

ÜBER DIE MY SUPPLY CHAIN GROUP

Anfang 2021 hat NTT DATA Business Solutions die Übernahme des amerikanischen SAP-Beratungshauses My Supply Chain Group (MSCG) aus Birmingham, Alabama, bekannt gegeben. Durch den Schritt wird die Präsenz in den USA deutlich ausgeweitet, zudem wächst das Serviceportfolio in den Bereichen Supply Chain Planning und Supply Chain Execution.

MSCG hat sich auf Services für Supply Chain Reengineering und die Implementierung spezialisiert. Im Fokus stehen die Module SAP Extended Warehouse Management, SAP Integrated Business Planning/Advanced Planning and Optimization sowie SAP Transport Automation. In den USA verstärken mittelständische Unternehmen gegenwärtig ihre Bemühungen, ihre Lieferketten zu digitalisieren und zu optimieren. MSCG beschäftigt rund 120 feste Mitarbeiter*innen und hat sich auf die Branchen Fertigung, Konsumgüter, Öl und Gas, Chemie, Papierindustrie, Lebensmittel und Getränke sowie Life Sciences spezialisiert. Gemeinsam mit MSCG stärkt NTT DATA Business Solutions auch die Vernetzung und Zusammenarbeit innerhalb der NTT Group auf dem amerikanischen Kontinent.

www.mysupplychaingroup.com

VOM BERGBAU
IN DIE CLOUD

DIE HR-PIONIERE

Der finnische Konzern Metso hat 2020 einen Zukauf, einen Merger und einen Carve-Out bewältigen müssen. Bei der Umstellung der HR-Applikationen wurde das Unternehmen von Pasafin unterstützt – der jüngsten Tochtergesellschaft unter dem Dach von NTT DATA Business Solutions.

„Ärmel hochkrempeln, lösungsorientiert denken, Aufgaben herunterbrechen in kleine Stücke und schrittweise lösen."

Anne Hiljanen
Gründerin und Projektleiterin, Pasafin

Anne Hiljanen hat vor Jahren ihren Job als Geschäftsführerin einer IT-Firma an den Nagel gehängt, um als Gründerin tiefer ins Projekt-Consulting einzutauchen: „Mich interessiert vor allem, komplexe IT-Probleme der HR-Applikationen meiner Kunden zu lösen." Früher waren das traditionelle Anwendungen im eigenen Rechenzentrum, heute sind es vor allem Services aus der Cloud. „Alle unsere Kunden sind dort – finnische Unternehmen haben ihre Personalprozesse frühzeitig in die Cloud geschoben."

Anfang 2020 hatte Hiljanen wieder Gelegenheit, sich an einem komplexen „HR-Puzzle" zu beweisen. Der Konzern Metso (Bergbau-, Gesteins- und Recycling-Anlagen) kaufte in kurzer Folge ein Unternehmen (McCloskey), kündigte den Zusammenschluss mit Outotec an und gliederte gleichzeitig den Bereich Metso Flow Control in ein getrennt geführtes, unabhängiges Unternehmen mit dem Namen Neles aus. Die neue Metso Outotec beschäftigt weltweit über 15.000 Mitarbeiter*innen in mehr als 50 Ländern. Ihre Hauptniederlassung befindet sich in Helsinki, Finnland. Hier kam Pasafin ins Spiel.

Das Unternehmen von Anne Hiljanen ist spezialisiert auf Projekte und Services speziell im Bereich SAP SuccessFactors. Mit 15 zertifizierten Beratern ist Pasafin ein lokaler Platzhirsch in dem Segment. Metso sei eine der längsten Kundenbeziehungen, berichtet Hiljanen. „Als sie vor Jahren von SAP HR on-Premises zu SuccessFactors in die Cloud umgezogen sind, sind wir zusammengekommen." Die Implementierung umfasst alle Module, das vorerst letzte auf der Reise in die Cloud war Employee Central. „Mit dem Projekt haben wir 2019 den SAP Quality Award gewonnen in den nordischen Ländern für Business Transformation."

Der Zeitplan des jüngsten Großprojekts mit den Zusammenschlüssen und der Abspaltung war ambitioniert: Ende Oktober 2019 hat Pasafin mit der Planung begonnen, die meisten Berater

„Mit dem Projekt haben wir 2019 den SAP Quality Award gewonnen in den nordischen Ländern für Business Transformation."

kamen im Januar 2020 an Bord, der Produktivstart war für April geplant. Wegen formeller Gründe, etwa der Rahmenbedingungen des Mergers, wurde der Go-Live auf Anfang Juli verschoben. Insgesamt neun spannende Monate, davon ein halbes Jahr Vollgas mit dem Projektteam aus über zehn Consultants, erinnert sich die Projektleiterin. „Und über die zusätzlichen drei Monate waren wir nicht unglücklich."

Schließlich war es das größte Projekt von Pasafin im Jahr 2020: komplex, global, mit allen SuccessFactors-Modulen und Prozessen nicht nur im Core-HR, sondern auch im Recruiting, Talent-Management sowie der Gehaltsabrechnung, sagt Hiljanen: „Wir haben den Kunden in allen Planungsschritten und systembezogenen Veränderungen rund um SAP SuccessFactors einschließlich der Integration unterstützt." Die Firma Outotec hatte bereits SAP SuccessFactors für einige Prozesse genutzt, während der HR-Core auf SAP HR vor Ort lief.

Die geklonte HR-IT-Systemlandschaft wurde von Pasafin verprobt und bereinigt, um Personaldaten und -historien auf die neuen Firmen aufzuteilen und an anderer Stelle zu löschen. „Das Puzzle bestand aus sehr vielen Teilen, die wir passend arrangieren mussten." Mit dem Kunden zusammen wurden die Steine sortiert und die Abfolge der Umstellungsschritte festgelegt. Alles auf Grundlage einer komplexen IT-Architektur mit vielen Interfaces, etwa zu lokalen Payroll-Systemen. Hinzu kam, dass auch das Projektteam des Kunden geteilt wurde – einige wechselten zu Neles, andere blieben bei Metso Outotec. Und natürlich brachte Corona den ganzen Plan in Bewegung.

Dass der Konzern seine HR-Systeme bereits in der Cloud betreiben ließ, sei für das Projekt ein entscheidender Vorteil gewesen und habe die kurze Laufzeit laut Hiljanen überhaupt erst ermöglicht. „Sie brauchen keine Berater-Armee und eigene Server wie früher, Konfigurationen lassen sich schnell umsetzen, und SAP kümmert sich um die Technik", fasst sie die Argumente zusammen. Derartige Vorteile hätten sich schon bei kleineren Übernahmen in den Vorjahren gezeigt, sagt die Pasafin-Projektleiterin. „Wenn der Kunde keine Implementierung von SAP SuccessFactors im HR-Kern gehabt hätte, wäre das Projekt mit allen Mitarbeiter*innen, der Organisationsstruktur und den Reporting-Verbindungen sehr herausfordernd geworden."

Für das Management von Metso Outotec war entscheidend, dass Mitarbeiter*innen und Management nach der Fusion und der Abspaltung ab dem ersten Tag sehen konnten, wo sie in der neuen Organisation stehen. Zudem basierten die nächsten Schritte im Anschluss an die Zusammenführung auf einer vollständig erfassten Organisationsstruktur und einer gemeinsamen Quelle für das Identity-Management. Hier ging es etwa darum, Stammdaten mit anderen Systemen zu teilen, um die Reorganisation besser planen „und das ganze Bild des neuen Unternehmens sehen zu können". Schließlich war SuccessFactors das erste globale System der neuen Metso Outotec und damit ein Pionier im Konzern – die Neuordnung der ERP-Landschaft wurde erst anschließend in Angriff genommen.

Auf der Habenseite stand ein sehr erfahrenes Projektteam beim Kunden, berichtet Hiljanen. „Wir hatten über Jahre zusammengearbeitet und kannten uns gut, auch den jeweiligen Arbeitsstil und die eingesetzten Lösungen." Dadurch sei es gelungen, selbst bei Überraschungen eine gute Stimmung im Team aufrechtzuerhalten. „Ärmel hochkrempeln, lösungsorientiert denken, Aufgaben herunterbrechen in kleine Stücke und schrittweise lösen." Eine passende Arbeitsethik und gemeinsame Werte wie Energie, Meisterschaft und Passion hätten sie auch 2020 davon überzeugt, sich NTT DATA Business Solutions anzuschließen: „Das gute Gefühl, das mir speziell aus ihrem Nordic-HR-Team gespiegelt wurde, war der Schlüssel." ■

Mit 15 zertifizierten Experten für SAP SuccessFactors ist **PASAFIN** eine der größten Beratungsfirmen Finnlands in dem Segment. 2005 mit den Standbeinen HR, Finance, Logistik und SAP-Technik gegründet, fokussierte sich das Unternehmen schon wenige Jahre später auf den Personalbereich.

Neben der Implementierung von SAP SuccessFactors bietet Pasafin auch Beratungsleistungen an (für SAP SuccessFactors, Workday HCM und andere HR-Lösungen), Application-Management-Services sowie Cloud-Experten on Demand. Der Name Pasafin ergibt sich aus der alten Methode „Accelerated SAP“ (ASAP) zur schnelleren Implementierung von SAP R/3. „Wir haben damals einfach die Abkürzung umgedreht und ein ‚Fin‘ für Finnland angehängt“, berichtet Hiljanen. Pasafin wurde Ende 2020 von NTT DATA Business Solutions übernommen.

www.pasafin.fi

„Wir haben den Kunden in allen Planungsschritten und systembezogenen Veränderungen rund um SAP SuccessFactors einschließlich der Integration unterstützt.“

SAP S/4HANA IN FORSCHUNG UND HOCHSCHULEN

GISA SCHAFFT RAUM FÜR INNOVATIONEN

Die NTT DATA Business Solutions-Tochtergesellschaft GISA expandiert in ein neues Geschäftsfeld – mittels digitaler Innovationen und persönlicher Nähe. Das Engagement zahlt sich aus, die junge Business-Line Higher Education & Research hat eine der größten Ausschreibungen der letzten Jahre in der Branche gewonnen. Jetzt nimmt sich GISA neue Meilensteine vor.

Marco Fahsel verfolgt ein klares Ziel: „Wenn ein Hochschulkanzler nachts geweckt und nach einem vertrauensvollen IT-Dienstleister gefragt wird, muss er sofort antworten: GISA." Nun ist Fahsel dem Ziel einen entscheidenden Schritt nähergekommen. Der Business-Line-Manager, der das Geschäftsfeld Higher Education & Research beim IT-Provider GISA aufgebaut hat, konnte ein SAP-Projekt mit fünf bayerischen Hochschulen für angewandte Wissenschaften in München, Augsburg, Coburg, Ingolstadt und Landshut als Generalunternehmer an Land ziehen. Weitere 13 bayerische Hochschulen sollen in den nächsten Jahren folgen.

Dem Meilenstein vorausgegangen war kein Sprint, sondern ein Marathon. 2017 wechselte Fahsel zur GISA, um die Business Line Higher Education & Research aufzubauen: „Wir hatten ein Dutzend lose Kunden in dem Segment und wollten das Thema strategisch im Unternehmen verankern." Das Ziel: ein Geschäftsfeld etablieren, das ähnlich wichtig werden sollte wie das bisherige Kerngeschäft Utilities. Fast ein Jahr habe er mit Hochschulen gesprochen, das Portfolio analysiert und eine Strategie entwickelt, so Fahsel. Dabei kam ihm zugute, dass er den Sektor und Ansprechpartner bereits seit vielen Jahren bei anderen Arbeitgebern – darunter die SAP – kannte.

Die Zeit war günstig, große Chancen taten sich auf: Der Wettbewerb war wenig dynamisch, einige Konkurrenten hatten sich bei Ausschreibungen verbrannt, und der Zielmarkt von 166 Hochschulen sowie 19 Helmholtz-Forschungszentren musste die Digitalisierung aktiv vorantreiben. Doch die Windrichtung hatte sich gedreht: Früher waren Universitäten mit dem neuen Internet Pioniere der technischen Entwicklung, heute schwimmen sie in einem Meer komplexer technischer Abhängigkeiten. Und während die Anforderungen der Stakeholder steigen, bleiben die personellen und finanziellen Rahmenbedingungen, unter denen insbesondere in der Verwaltung gearbeitet wird, relativ konstant. Kurz: Der Spielraum für Innovationen sei nicht groß, sagt Fahsel: „Unser Anspruch ist, die Verwaltungen in dieser Situation zu stärken."

Die europaweite Ausschreibung zum Projekt war Ende 2018 gestartet und hatte sich ein knappes Jahr hingezogen. Da kurz zuvor zwei ähnliche Verbundprojekte in Deutschland gescheitert waren, musste der Business-Line-Manger vor allem Vertrauen aufbauen und investieren: „Wir haben unsere Lösung zwei Wochen zur Verfügung gestellt, damit Mitarbeiter*innen der fünf Hochschulen für angewandte Wissenschaften in München, Augsburg, Coburg, Ingolstadt und Landshut ausgiebig testen konnten."
Mit Erfolg – der Verbund unterschrieb den Vertrag. Insgesamt läuft das Projekt über mehrere Jahre, in denen Anforderungen aufgenommen, in ein System gegossen und dann für die einzelnen Hochschulen angepasst werden.

MF

„Wenn ein Hochschulkanzler nachts geweckt und nach einem vertrauensvollen IT-Dienstleister gefragt wird, muss er sofort antworten: GISA."

Marco Fahsel
Head of Higher Education & Research, GISA

Funktional geht es um 20 digitalisierte Prozesse für die Verwaltung, also im Haushalts-, Rechnungs- Beschaffungs- und Berichtswesen. Kein Wunder, dass die Lösung mit SAP-Software realisiert wurde. Im Mittelpunkt steht der „GISA-Hochschulmaster" auf Basis von S/4HANA. „Wir haben auf der grünen Wiese angefangen und das moderne System ohne Altlasten mit unseren Erfahrungen entwickelt", so Fahsel. Dabei gilt der Grundsatz: „SAP-Standard first!" Zudem wurden die spezifischen Prozesse der Hochschulen in aktuellen Technologien wie SAP Build und SAP Fiori aufgenommen und umgesetzt.

Neben der strategischen Herangehensweise und dem persönlichen Engagement sind Partnerschaften ein Schlüssel zum Erfolg. Dazu zählen der Mehrheitsgesellschafter itelligence mit einem exklusiven Go-to-Market-Ansatz für Fahsels Business-Line in Deutschland. Daneben verfügt itelligence über einen Higher-Education-Bereich mit Schwerpunkten in UK und den Benelux-Staaten. Mittelfristig sei es ein Ziel, die Initiativen enger zu verzahnen. „Wir werden partnerschaftlich unser gemeinsames Portfolio für die Region DACH stärken und daran arbeiten, die Bestandskunden sowie das Know-how zusammenführen." Auch die Bedeutung von NTT DATA als Partner steige. So gäbe es regelmäßige Jour fixes und Absprachen, um besser an die Entscheider und Bedarfe des Sektors heranzukommen. „Das ist im Werden." Weitere Partner sind die BPC AG und die arf GmbH – zwei Beratungsgesellschaften, die sich auf den Public Sector fokussieren und den GISA-Hochschulmaster mitgestaltet haben.

Dessen aktuelle Version ist nicht in Stein gemeißelt, so Fahsel: „Wir stecken viel Innovationskraft in die Produktentwicklung und erarbeiten auch eine Roadmap für innovative Themen wie KI und RPA." Darüber hinaus peilt Fahsel Wachstum in Geschäftsfeldern wie dem Student-Lifecycle- oder dem Research-Management an. „Neben den administrativen Sekundärprozessen müssen wir in die Kernprozesse der Universitäten und Forschungseinrichtungen reinkommen." Das gehe nur, wenn man regelmäßig mit den Einrichtungen über ihre IT-Herausforderungen spreche. „Dann verstehen sie frühzeitig, warum unsere Entwicklungen einen Mehrwert für ihre Institution haben."

Insgesamt sieht Fahsel seine Business Line auf dem richtigen Weg. „Dank des GISA-Hochschulmasters könnten Hochschulen und Forschungseinrichtungen auch bei kleinem Personaleinsatz den Betrieb aufrechterhalten und gleichzeitig innovativ sein." Dies entlaste den Kanzler, der sich auf seine Kernfragen und auf Digitalisierungs-Themen konzentrieren kann. Beispielsweise, wer ein vertrauensvoller IT-Dienstleister für Hochschulen ist. ■

Die **GISA** ist ein IT-Komplettdienstleister aus Halle/Saale mit rund 830 Mitarbeiter*innen. Das Leistungsspektrum erstreckt sich von der Prozess- und IT-Beratung über die Entwicklung und Implementierung von IT-Lösungen bis hin zum Outsourcing kompletter Geschäftsprozesse und IT-Infrastrukturen. Als mehrfach zertifizierter SAP-Partner agiert GISA deutschlandweit als einer der führenden Branchenexperten für die Energiewirtschaft und den Bereich Public und stellt dem industriellen Mittelstand ein umfangreiches Lösungsportfolio bereit. Im Jahr 2014 hat itelligence 51 Prozent der GISA übernommen.

www.gisa.de

www.hochschuledigital.de

GISA® That's IT.

>460
SAP S/4HANA-PROJEKTE

Gemeinsam ins nächste Level. Zusammen mit unseren Kunden und unserem Partner SAP bilden wir starke Beziehungen aus, die technische Trends überdauern und nachhaltigen Wert für alle schaffen. Innerhalb der NTT DATA schreiben wir in dieser einzigartigen Stellung die Erfolgsgeschichte der digitalen Transformation fort.

We Transform. SAP® Solutions into Value

>5.000
MANAGED-SERVICES-VERTRÄGE

FERRARIO

FLEXIBEL, BELESEN UND GEDULDIG

DER KI-NACHHILFELEHRER DER ZUKUNFT

Kinder, die nicht in die Schule gehen können, sind auf digitale Lernmittel und eine gute Selbstmotivation angewiesen. Ein neues KI-Programm von NTT DATA Business Solutions unterstützt sie und ihre Eltern: Der AI Learning Helper bringt Grundschülern bei, wie sie richtig Englisch vorlesen und Geschichten verstehen können.

INNOVATION, ETHIK UND NACHHALTIGKEIT

Die Zusammenarbeit beim AI Learning Helper mit dem Schulbezirk Dänemark Süd ist Teil der CSR-Initiative von NTT DATA Business Solutions. Alle Innovationsprojekte unterstützen die Vorgaben für Corporate Social Responsibility (CSR) sowie die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen („Sustainable Development Goals" – sustainabledevelopment.un.org). So hat das Team von Mark Albrecht bereits 2020 den Nachhaltigkeitspreis von NTT DATA gewonnen. Damals ging es um ein Projekt mit der dänischen Kinderschutzorganisation Børns Vilkår. Die gemeinsame KI-Lösung kann Beratungsgespräche mit Kindern unterstützen, verbessern und beschleunigen.

Darüber hinaus hat NTT DATA Ethik-Richtlinien für künstliche Intelligenz (KI) verabschiedet. Der IT-Dienstleister übernimmt Verantwortung für den Aufbau einer Gesellschaft, in der Mensch und KI gemeinsam existieren und zusammenarbeiten. Basierend auf den Richtlinien wird auch NTT DATA Business Solutions das Thema KI fördern, erforschen, entwickeln, vermitteln und nutzbringend anwenden. Die Bemühungen zielen darauf ab, KI im Sinne einer nachhaltigen, integrativen und an menschlichen Bedürfnissen ausgerichteten Gesellschaft einzusetzen und so gleichzeitig mögliche negative Aspekte von KI zu reduzieren.

Es gibt viele verschiedene Gründe, warum Kinder nicht zur Schule gehen können: Körperliche und psychische Einschränkungen, vorübergehende Krankheiten oder die Entscheidung der Eltern – und mit der Covid-19-Pandemie hat sich das Problem massiv ausgeweitet. Allerdings ist das Lernen zu Hause nicht einfach, denn Kinder vermissen den Unterricht mit ihren Freunden, sind weniger motiviert und stärker abgelenkt. Eltern müssen vielfach neben dem Homeoffice die Lehrerrolle übernehmen, Lehrer müssen viele Kinder virtuell bei der Stange halten, den Lernfortschritt verfolgen und jedem Kind individuelle Aufmerksamkeit und Unterstützung geben. Nicht immer funktioniert das, wie es sollte.

Einen Ansatz zur Lösung der Probleme hat ein Innovationsteam rund um Thomas Noermark entwickelt: den AI Learning Helper. Noermark, selbst Vater zweier schulpflichtiger Kinder und Global Head of AI & Robotics von NTT DATA Business Solutions, hat modernste KI-Methoden mit einem User Interface verbunden, das die Zielgruppe der Grundschüler anspricht und ihnen hilft, in der englischen Sprache lesen zu lernen: „Die Idee entstand in der ersten Corona-Welle, als sich die Anforderungen der Kinder und Eltern im Homeoffice an Lern- und Arbeitszeit kaum in Einklang bringen ließen." Gesucht wurde eine gezielte Unterstützung in Form eines virtuellen Lehrers, der auf die individuellen Leistungen und Fortschritte eingehen kann. Der AI Learning Helper ist optimal geeignet, denn er ist immer verfügbar, flexibel, belesen und geduldig. Und er ist wesentlich kompetenter als die vorhandenen Lern-Apps.

Auch wenn es „nur" eine App auf dem Tablet des Kindes ist, gestaltete sich die Lösung alles andere als trivial. Der virtuelle Buddy kann dank technologischer Unterstützung Mimik und Körpersprache erkennen, emotionales Feedback geben, die Aussprache phonetisch analysieren, Inhalte zusammenfassen, Fragen und Antworten auf Basis eines Textes generieren sowie Bildobjekte erkennen. Auch wenn Noermark und seine Mitarbeiter*innen erfahren im Umgang mit KI sind, musste Unterstützung her: „Wir haben mit dem renommierten MIT Media Lab und dem NTT Boston Exponential Hub zusammengearbeitet, die uns wertvollen Input für das Projekt gegeben haben", erläutert der KI-Experte.

Für Mark Albrecht, Leiter Innovationen bei NTT DATA Business Solutions, sind derartige Kooperationen Gold wert: „In den Einrichtungen werden die Technologien der Zukunft erforscht – interessanterweise arbeitet das MIT an gleichen Themen wie wir." Im Fokus der Forscher stünden Kinder, die Interpretationen ihrer Aussagen und die Erkennung ihrer emotionalen Situation. „Dadurch haben wir gesehen, dass das Team von Thomas ganz weit vorn in der KI-Anwendung ist – ein Think Tank für unsere Gruppe in den kommenden Jahren." So hat sich der AI Learning Helper auch im globalen CTO Circle von NTT DATA als richtungsweisendes Projekt durchgesetzt – weil man die grundlegende Technologie leicht in weitere Business-Anwendungsfelder transferieren kann.

Die technische Basis ist in den vergangenen Jahren entwickelt und in vielen Szenarien erprobt worden. „Auf unserer Digital-Human-Plattform können wir menschliche Avatare schaffen, die in Echtzeit agieren", erläutert KI-Experte Noermark. Durch künstliche Intelligenz können sie Emotionen interpretieren

„Die Idee entstand in der ersten Corona-Welle, als sich die Anforderungen der Kinder und Eltern im Homeoffice an Lern- und Arbeitszeit kaum in Einklang bringen ließen."

und selbst ausdrücken, aber auch auf einer inhaltlichen Ebene agieren. „Wir replizieren das menschliche Aussehen und seine Intelligenz in eine digitale Repräsentanz." Neben dem neuen KI-Lehrer hat NTT DATA Business Solutions bereits Shopfloor-Assistenten, Touristenführer, eine digitale Telefonzentrale oder die Autoverkäuferin Kia Mia auf der Plattform entwickelt.

Allerdings waren noch genügend technische Herausforderungen zu lösen. „Am Anfang hatten wir große Probleme bei der Übersetzung von Audiosignalen in Text", erinnert sich Noermark. Zwar seien sehr gute KI-Services für Speech und Voice to Text verfügbar, etwa von Google. „Wir haben aber herausgefunden, dass sie viel zu gut für unseren Zweck waren."
Hat das Kind ein Wort falsch ausgesprochen, wurde dies durch den KI-Service automatisch korrigiert – die Software sagte voraus, was das Kind sagen wollte und stufte die Antwort als richtig ein. „Aber wir wollten nicht das Wort erkennen, sondern die korrekte Aussprache prüfen." Schließlich wurde ein US-Startup namens Speedace gefunden, dessen neurales Netzwerk die phonetische Repräsentation von Schallwellen analysieren kann. „Das war der Schlüssel zu unserer Lösung."

Eine weitere wichtige Aufgabe war die Zusammenfassung von Aussagen des Kindes. Schließlich beherrscht der KI-Lehrer mehrere Routen auf der Lernreise: Illustrationen in den Büchern erfassen, Inhalte zusammenfassen, über die Geschichte sprechen und die kindliche mit der korrekten Aussprache vergleichen. „Alle Elemente nutzen KI, um mit den Kindern zu interagieren." Möglich wird dies durch KI-Sprachmodelle wie GPT-2 der OpenAI-Bewegung, hinter der unter anderem Elon Musk und Microsoft als Unterstützer stecken. „Wir hatten auch Zugang zum gerade erst erschienenen GPT-3, das um den Faktor 100 mächtiger ist als der Vorgänger." Die oberste Ebene des neuralen Netzwerks wird mit Domain-spezifischen Daten trainiert – in diesem Fall mit Kinderbüchern. Die Methode kann 175 Milliarden Parameter analysieren und hat rund 300 Milliarden Textteile gelesen, so Noermark. „Vor zwei Jahren wäre der AI Learning Helper technisch noch gar nicht möglich gewesen."

Das Projekt an sich war ebenfalls auf die übergreifende Zusammenarbeit innerhalb der NTT DATA angewiesen, berichtet Mark Albrecht: „An Bord waren jeweils drei Spezialisten aus Großbritannien und Rumänien, ein Kollege aus Australien sowie fünf Experten aus Dänemark." So hätten sich die Briten um die Customer Experience und das User Interface gekümmert, während die Rumänen als Fachleute für Edge Computing den Umgang mit dem Audio-Input gelöst hätten – ihre Erfahrungen stammen aus dem Bereich Embedded Software in der Automotive-Branche, so Albrecht. „Wir teilen die Assets der NTT DATA Group, um gemeinsam etwas Neues für die gesamte Organisation zu schaffen."

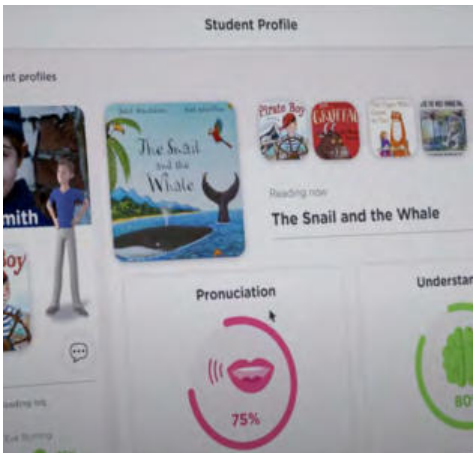
Innovationen will auch Noermark auf den Weg bringen, etwa in der Version 2.0 des AI Learning Helpers: „Ziel ist, dass die KI

„Alle Elemente nutzen KI, um mit den Kindern zu interagieren."

Thomas Noermark
Head of AI & Robotics

TN

eigene Lernmaterialien entwickeln kann." Wünscht sich das Kind ein Buch mit einem Piraten, einem Drachen und einem Feuerwehrfahrzeug, erfindet das GPT-3-Sprachmodell eine neue Geschichte. Diese basiert auf Hunderten von Kinderbüchern, mit denen das neurale Netz für seine Aufgaben trainiert wurde. „Der AI Learning Helper ist nicht als Ersatz für menschliche Fürsorge konzipiert worden", sagt Noermark, „aber zumindest als eine wertvolle Unterstützung in schwierigen Zeiten". ■



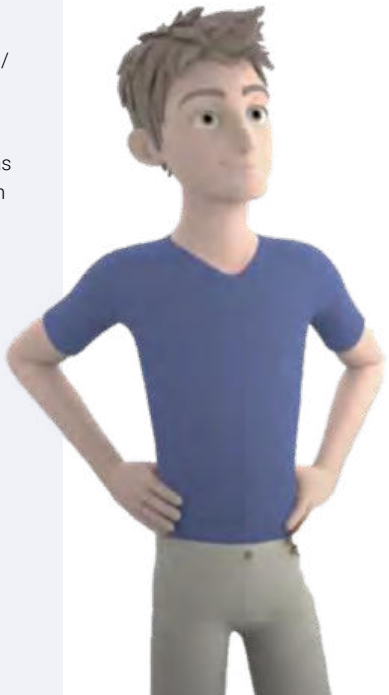
DER AI LEARNING HELPER

Seit Kurzem ist das Minimium Viable Product des AI Learning Helpers verfügbar, das nun verprobt und optimiert wird. Die KI zielt darauf ab, dänischen Kindern die englische Sprache zu vermitteln. „Ich wünschte, die Software wäre schon fertig", sagt KI-Experte und Projektleiter Thomas Noermark angesichts der anhaltenden Corona-Pandemie. Kalkuliere man jedoch den ganzen Aufwand und die technischen Herausforderungen mit ein, sei die Zeitspanne bis dato recht kurz gewesen. „Wir sind schon so weit, weil wir mit einem kleinen agnostischen Ansatz und den Ressourcen der Gruppe schnelle Lösungen umsetzen können."

Momentan liegt der Fokus des AI Learning Helpers auf dem begleiteten Lesen von sieben bis zehn Jahren. Lesen sei die Grundlage des Lernens in diesem Alter und für die weitere Entwicklung enorm wichtig. „Hier brauchen viele Kinder stetige Unterstützung und Anleitung." Der Helfer ist Mittelpunkt eines Lernuniversums aus Büchern und Illustrationen, kann personalisiert werden und im Gegensatz zu klassischen Lern-Apps in Echtzeit auf Handlungen, Emotionen und den individuellen Fortschritt des Kindes reagieren. Dabei geht es um die Dekodierung (Aussprache/Phonetik) und das Verstehen (Verstehen/Beschreiben/Wortschatz) des Textes.

Neben der klassischen Lernstrategie kann sich das System auch an Besonderheiten anpassen. „Wenn es erkennt, dass das Kind abgelenkt oder demotiviert ist, wechselt es die Positionen und liest selbst vor oder macht ein bisschen Small Talk", so Noermark. Dieses Vorgehen habe sich aus umfangreichen Gesprächen mit Kindern, Lehrern und Eltern während des Projekts ergeben, „um das Kind wieder in den Lernflow zurückzuholen".

Ein Video zum Home School Helper finden Sie hinter dem QR-Code:



„Auf unserer Digital-Human-Plattform können wir menschliche Avatare schaffen, die in Echtzeit agieren."

VISIT DENMARK!

SONNE, STRAND UND VIELE DATEN

Ein Team von NTT DATA Business Solutions hat die dänische Ferieninsel Rømø digital vermessen. Es ging um Touristenströme, den Wasserverbrauch und den Eiskonsum im Café Fru Dax. Inzwischen sind andere Destinationen auf den Zug aufgesprungen, um ihre Kunden und deren Vorlieben zu analysieren.

„Rømø ist die südlichste dänische Wattenmeerinsel. Sie liegt etwa sechs Kilometer südlich der Insel Mandø und drei Kilometer nördlich von Sylt. Rømø ist mit seinem kilometerbreiten befahrbaren Sandstrand ein beliebtes Ferienziel." Was die Wikipedia so nüchtern beschreibt, ist ein Ferientraum vieler Touristen: ein Häuschen, eine Düne, ein riesiger Strand. Und eine direkte Zufahrt zur Insel über einen Damm ohne Zugverspätung oder Fähre. Was jedoch kaum jemand weiß und Rømø bislang einzigartig macht: Sie ist eine „Smart Island" – ein großes Freilandexperiment mit Sensornetzwerk und einer Cloud-Plattform zur Integration und Datenauswertung von Duschköpfen bis Social Media.

Das Vorhaben der „Digital Destination" haben dänische Tourismusbehörden zusammen mit NTT DATA Business Solutions umgesetzt, beteiligt waren auch Forscher der Copenhagen Business School und der Universität in Aalborg. In den Analysen und Prognosen ging es um Menschenströme, das Kaufverhalten der Urlauber, ihren Wasser- und Energieverbrauch, den Autoverkehr, Wetterinformationen sowie Daten aus dem Web. Zusammen sollten sie Einblicke in Zusammenhänge geben, auf die man sonst keinen Zugriff hätte – in Echtzeit.

Rømø, eine der wichtigsten dänischen Urlaubsorte, war ein ideales Prüflabor für eine Reihe strategischer Ziele auf dem Weg zu einem nachhaltigen, ganzjährigen Tourismus:

1 GREEN AGENDA – Der dänische Tourismussektor soll insgesamt grüner werden, was das Verhalten der Touristen und die Angebote betrifft.

2 KNOW YOUR CUSTOMER – Die Touristenorganisationen wollen ihre Kunden kennenlernen, welche Vorlieben sie haben und wie sie ihr Geld ausgeben.

3 CUSTOMER SATISFACTION – Maßnahmen sollen bestimmt werden, um die Zufriedenheit der Touristen zu steigern.

4 GROWTH MINDSET – Schließlich wurden Antworten auf die Frage gesucht, wie der Umsatz der Läden und Dienstleister auf der Insel positiv beeinflusst werden könnte.

Thomas Kierkgaard war Projektleiter von NTT DATA Business Solutions für die digitale Vermessung der Insel, die im April 2020 – aufgrund von Corona etwas später als geplant – mit einem Kernteam von fünf Experten beginnen konnte: „Bis auf ein paar zusätzliche Sensoren haben wir keine Infrastruktur auf Rømø errichtet, sondern weitgehend auf bestehende Devices zurückgegriffen." Dabei handelt es sich beispielsweise um mehrere

TK

„Unsere Hauptaufgabe vor Ort bestand darin, alle Daten zu aggregieren und sie auf unserer Cloud-Plattform zu integrieren, wo sie analysiert werden."

Thomas Kierkgaard
Projektleiter von
NTT DATA Business Solutions

Kameras, mit denen die Kommune ihre Straßen remote überprüft. Deren Bilder werden auf einer KI-Plattform von NTT DATA Business Solutions ausgewertet, um die Zahl der Fußgänger und Fahrzeuge sowie ihre Routen zu erfassen. „Unsere Hauptaufgabe vor Ort bestand darin, alle Daten zu aggregieren und sie auf unserer Cloud-Plattform zu integrieren, wo sie analysiert werden", sagt Projektleiter Kierkgaard.

Weitere Informationen werden auf Rømø beispielsweise an Mülleimern, Durchflussmessern, Parkplätzen, Sanitäreinrichtungen und am Point of Sale erfasst, beispielsweise Umsätze und Herkunft der Karteninhaber. Die Daten gelangen unter Beachtung der Datenschutzvorgaben in die Azure Cloud und dort weiter in ein SAP-System. Ergänzt werden Mobilfunk-, Wetter- und statistische Informationen – sowie 47.675 Instagram-Postings mit Hashtags zu Rømø, die auf der Insel aufgenommen wurden. „Unsere KI hat Objekte auf den Bildern und die Kernaussage erfasst", sagt Projektleiter Kierkgaard. Die Klassiker: Wassersport, Pferde, Festivals. Hier zeigten sich am Benchmark, der Ferieninsel Bornholm, auch Unterschiede bei der touristischen Nutzung über die Hauptsaison hinaus, etwa durch Veranstaltungen im Spätsommer und Herbst.

Dass die Erhebung und Analyse der Daten sinnvoll war, belegte allein die genaue Zahl der Touristen – Schätzungen der Insulaner wiesen laut Kierkgaard über Jahre gravierende Differenzen auf: „Wir konnten klar bestimmen, dass pro Tag maximal 58.000 Menschen nach Rømø kommen können." Zudem sei es jetzt möglich, realistische Prognosen zur Besucherzahl am kommenden Tag abzugeben. „Dadurch wissen die Eisdielen, wie viele Mitarbeiter*innen sie benötigen und wie viele Waffeln sie am Morgen backen müssen." Wobei sich der Eisverkauf in erster Linie nicht an der Sonne, sondern am Wind orientiert: Kommt er von Osten, sind die Menschen am Meer und mehrere Kilometer weg von den Eisdielen. Kommt er von Westen, halten sich die Badegäste in den Dünen und näher bei den Geschäften auf. „Jetzt kann der Eismann bei Ostwind mobile Verkaufsstände ans Meer schicken."

Kierkgaard zufolge wurden vergleichbare Auswertungen auch für die Supermärkte gemacht – hier wirkt sich etwa die Zusammensetzung der Besucherströme auf das Geschäft aus. Auch wenn die Deutschen einen Großteil der Ferienhäuser buchen, spiegelt sich dies nicht in den Umsätzen der örtlichen Geschäfte wider. Beispielsweise kommt ein Großteil des Eis- und Lebensmittelverkaufs unter der Woche von dänischen Kunden. „Am Wochenende zum Bettenwechsel sehen wir dann einen steilen Anstieg der Nachfrage deutscher Käufer", berichtet Kierkgaard. „Basierend auf der Kundengruppe können deutliche Unterschiede im Produktabsatz beobachtet und vorhergesagt werden – so gibt es einen deutlichen Unterschied im Verkauf von Bier und Mineralwasser."

Um ökologisch nachhaltiger zu wirtschaften, sollte zudem der Wasserverbrauch gesenkt werden. Dazu wurden Durchflussmesser in den Badezimmern der Ferienhäuser installiert und das

„Jetzt kann der Eismann bei Ostwind mobile Verkaufsstände ans Meer schicken.“

Ergebnis auf einem Display angezeigt. „Wir haben gesehen, dass auch ohne erhobenen Zeigefinger der Verbrauch im Durchschnitt um 15 bis 20 Prozent reduziert wurde." Für Kierkgaard ist der größte Erfolg des Projekts jedoch, „dass wir die Brücke zu Menschen und Unternehmen schlagen, die über wenige Erfahrungen mit technischen IT-Lösungen verfügen". Eisdielen, Supermärkte, touristische Dienstleister: „Sie mussten erst erfahren, was eine Datenanalyse in der Hybrid Cloud leisten kann und was ihnen das Projekt unter dem Strich bringt."

Nach Rømø arbeitet das Team von NTT DATA Business Solutions nun daran, mit den Tourismusbehörden auch andere Destinationen in Dänemark für das Konzept zu gewinnen. Mit Mandø steht eine zweite Insel in den Startlöchern. „Unsere Plattform ist fertig und skalierbar", sagt Projektleiter Kierkgaard: „Wir können starten und das Projekt über die Sommersaison laufen lassen." Als starker Treiber für die touristische Nachfrage hat sich übrigens der deutsche Wetterbericht herausgestellt. „Wenn im Fernsehen über eine Hitzewelle in Spanien berichtet wird und die Temperaturen dort auf 45 Grad steigen, buchen viele Deutsche ihren Urlaub in Nordeuropa", berichtet Kierkgaard. Dies sei dann der ideale Zeitpunkt, um die dänischen Marketingkampagnen in den sozialen Netzen zu starten. Mit Bildern von Wassersport, Pferden und Festivals. ■

EINE FLEXIBLE DATENPLATTFORM

Für die Insel Rømø hat NTT DATA Business Solutions ein Multi-Cloud-Ökosystem zur Analyse verschiedener Datenquellen entwickelt. Im Kernteam arbeiteten sechs Experten aus der Nordics-Organisation und der Zentrale in Bielefeld zusammen, die von NTT DATA-Fachleuten aus den USA und Rumänien unterstützt wurden. Im Mittelpunkt steht eine technische Plattform, auf der nach Bedarf Informationen aus verschiedensten Quellen verarbeitet werden können.

„Über die touristische Nutzung hinaus bietet unsere Plattform für die Datenanalyse den Vorteil, dass wir mit geringem Aufwand unterschiedliche Business Cases abbilden können", sagt Markt Albrecht, Leiter des Bereichs Innovation bei NTT DATA Business Solutions. Die projektspezifischen Anpassungen betreffen vor allem die Integration der Datenquellen im Infrastruktur-Layer, etwa Kameras, Industriewaagen oder öffentliche Social-Media-Posts. Ein Beispiel für den Einsatz der Plattform in der Produktion eines Automobilzulieferers findet sich auf den nächsten Seiten.

Neben den touristischen Daten auf Rømø, die etwa Absatzprognosen und ein tieferes Verständnis der Nachfrage ermöglichen, kann die Plattform auch dazu verwendet werden, Städte smart zu machen oder Muster in der Wasserqualität zu analysieren, berichtet Mark Albrecht. Statt nachgelagerter Qualitätskontrollen für einen Pharmahersteller erkennt die Lösung im Voraus, wann sich das Prozesswasser nicht mehr für das jeweilige Produkt eignen wird. Laut Albrecht steht über der technischen Machbarkeit stets, welche Fragen das Tool für den jeweiligen Kunden beantworten soll. „Am Ende kommt es auf die Businessorientierung des Projekts an, damit das Vorhaben für den Kunden sinnvoll ist und sich auszahlt."

FLEXIBILITÄT IST TRUMPF

IOT-LÖSUNGEN: EINFACH PASSEND MACHEN

Kameras und KI-Auswertung – das funktioniert gut zusammen. Doch nicht immer passt die Lösung zur Realität im Unternehmen. Gut, wenn man einen Plan B in der Tasche hat, mit dem sich die Aufgabe flexibel und effizient lösen lässt.

→

Das Problem ist schnell umrissen: Teile für die Pkw-Montage müssen so verpackt werden, dass sie reibungslos in die Produktion einfließen können. Sind sie beschädigt, falsch sortiert oder stimmt die Stückzahl nicht, hat das finanzielle Folgen für den Zulieferer – in diesem Fall ein deutsches Unternehmen aus der Kunststofftechnik. Die zentrale Frage: Wie kann Technologie den Verpackungsprozess und die Menschen unterstützen, um die Fehlerquote zu senken und die Abläufe zu straffen?

Ein Fall für **WOLFGANG MÖLLER** – er kümmert sich um IoT-Innovationsthemen und leitet das Center of Excellence für IoT in der NTT DATA. „Der Zulieferer ist ein interessanter Kunde, denn er ist offen für neue Ideen, die über die klassische Prozessoptimierung in der Logistik und Produktion hinausgehen." Für Möller treten hier moderne Technologien in einen Kontext, etwa die Bilddatenanalyse mit Kameras als IoT-Devices sowie KI-Modellen. „Wir analysieren die Kundenanforderungen und überlegen, welche Module und Plattformen aus unserem Technologieportfolio verwendet werden können, um das Unternehmen intelligenter und innovativer aufzustellen."

Seine Aufgabe sieht der IoT-Experte darin, den Kunden durch einen pragmatischen Innovationsprozess zu führen. „Es muss funktionieren, zum Anwendungsfall passen und sich rechnen."

Das gemeinsame Team startete einen Proof of Concept (PoC), in dem mehrere IoT-Lösungswege geprüft wurden, die auf Kameras basieren. Darunter fielen etwa die automatische Buchung der OEM-Packgüter als Wareneingang sowie als Warenvorgang, wenn sie vom Lager in die Produktion gebracht werden. Auch in der Produktion selbst könnten Kameras die Teile aus den Spritzgussmaschinen und ihre Verpackung überprüfen. Und nicht zuletzt ließe sich überwachen und verbuchen, wenn ein Packvorgang abgeschlossen und das Paket versandbereit ist.

Alle Konzepte wurden mit dem Kunden analysiert und gewichtet, berichtet Möller: Wo steckt das größte Potenzial, das größte Risiko, der größte RoI? „Letztlich ist die Entscheidung gefallen, die Verpackung in der Produktion zu optimieren." Der Lösungsansatz sah vor, dass eine Kamera an der Wand über der Packstation kontrolliert, wie viele Produkte der Werker in Etuis legt und ob sie richtig im Paket positioniert sind. Sie muss auch erkennen, wenn Teile wieder entnommen und korrigiert werden. Dies alles vergleicht die Kamera mit dem spezifischen Plan für jedes einzelne Produkt: „Dafür braucht man viele Bilder, viel Rechenleistung und gut trainierte Analytics-Modelle", berichtet Möller. Für jedes Produkt, jeden Arbeitsplatz und verschiedene Lichtverhältnisse im Schichtbetrieb wird ein eigenes KI-Modell benötigt, das über „Falsch" und „Richtig" entscheidet.

„Wir analysieren die Kundenanforderungen und überlegen, welche Module und Plattformen aus unserem Technologieportfolio verwendet werden können, um das Unternehmen intelligenter und innovativer aufzustellen."

Wolfgang Möller
Global Director
Discrete Industries &
Internet of Things

WM

Neben der Kontrolle des korrekten Packvorgangs durch die Kamera prüfte das Team für die finale Buchung der gefüllten Verpackung die Nutzung einer Industrie-Waage. Parallel wurde im PoC noch ein weiteres Kundenproblem behoben: die Arbeits- und Packanweisungen am Arbeitsplatz in Papierform durch Real-Time-Informationen zu ersetzen. „Das hilft uns, die Packvorschriften für den Werker besser mit aktuellen Daten zu visualisieren – ein immenser Vorteil." Alle Informationen der Produkte sind im SAP-System hinterlegt.

Nach der technischen Machbarkeit wurde der RoI kalkuliert. Das Ergebnis fiel eindeutig aus: „Die Kosten für diesen Anwendungsfall über den gesamten Lifecycle wären so hoch, dass sich wohl nie ein positiver RoI eingestellt hätte", erinnert sich Möller. Auch die manuellen Packkosten und Pönalen der OEMs bei Fehlern hätten den Einsatz von KI und Kameras nicht gerechtfertigt. Für ihn ist das Ergebnis dennoch positiv: „Mit dem iterativen Prozess entscheiden wir in allen PoCs, was zum Kunden passt." Hier sei die Reihenfolge entscheidend, nämlich vom Prozess über die Technologie zur Lösung.

Das Aus für die Kamera war gleichzeitig eine neue Chance für die Waage: Sie stellt alle relevanten Informationen zum Gewicht der Materialien, der Kisten und der Zwischenlagen am Bildschirm aus dem SAP-System zur Verfügung. Dabei zählt sie einfach hoch und zeigt die Menge der verpackten Produkte an. Ist die Sollmenge erreicht, bekommt der Werker eine Information am Bildschirm, die er bestätigt. Die Waage dient als IoT-Device und übermittelt dann die verpackte Menge an das SAP-System zurück.

Möglich wird der schnelle Umstieg auf Plan B durch vorkonfigurierte Lösungen auf Basis einer Technologieplattform, die individuell und flexibel auf Anforderungen zugeschnitten wird. So sei der Schwenk von der Kamera zur Waage in einem kurzen, agilen Projekt erfolgt. Überhaupt sei es ein Trugschluss, dass IoT-Vorhaben umfangreich und aufwendig seien, so Möller: „Meist fangen sie mit dem Planen, Verproben und der Umsetzung an einer einzelnen Maschine an, bevor sie skalieren und den Multiplikator nutzen."

Auch die letztlich eingesetzte Lösung it.x-scale sei eine eingespielte Packtisch-Software der NTT DATA Business Solutions, die schon in anderen Branchen verwendet wurde. Kein Wunder, dass Möller für die Zukunft mehr hybride Ansätze erwartet, „weil Lösungen von der Stange für das IoT oftmals nicht passen". Jedes IoT-Ökosystem und jede Technologie haben ihre Stärken, die in die jeweiligen Prozesswelten eingebracht werden müssten. Diese Stärken spielen auch später eine Rolle, etwa beim Erweitern der Lösung. So könnten die heutigen Bildschirmeingaben durch einen Chatbot mit SAP-Technologie ergänzt werden. „Erst das clevere Zusammenspiel zwischen Prozessen, Technologien, Menschen und Daten schafft die optimale Lösung." ■

INNOVATIONEN SKALIEREN

VON DER IDEE ZUM GLOBALEN PRODUKT

Eine neue Struktur bringt die Innovationskraft und das Produktgeschäft der NTT DATA Business Solutions enger zusammen. Nicolaj Vang Jessen und Mark Albrecht berichten, warum der Bereich neu aufgestellt wurde und welche Ziele sie verfolgen.

HERR VANG JESSEN, BEI ITELLIGENCE HATTE INNOVATION EINEN STARKEN STELLENWERT. NUN HABEN SIE DEN BEREICH REORGANISIERT. WARUM?

NICOLAJ VANG JESSEN: itelligence hat frühzeitig erkannt, dass wir einen Mehrwert für unsere Kunden generieren, wenn wir eigene Lösungen dort hinzufügen, wo es nötig ist, um die bestmögliche Lösung für unsere Kunden zu erzielen. Historisch gesehen entwickelten unsere Geschäftsbereiche daher ihre eigene Software, wenn sie auf Probleme oder Aspekte stießen, die von der Standardlösung, die wir implementierten, nicht abgedeckt wurden. Dieses Erfolgsrezept machte uns in den 90er Jahren zum Marktführer für SAP-basierte Branchenlösungen, führte aber auch zu einem dezentralen Produktgeschäft. 2017 schufen wir eine globale Abteilung, die sich darauf konzentrierte, unser globales Produktportfolio zu straffen und unsere Lösungen zu skalieren, damit noch mehr Kunden von diesen Produktentwicklungen profitieren konnten. Dies war ein Erfolg, und wir haben auch begonnen, in die Entwicklung von globalen Softwarelösungen zu investieren, die in einer Vielzahl von Unternehmen und Branchen Wert schaffen. Natürliche Folge war eine enge Zusammenarbeit mit unserer globalen Innovations- und F&E-Abteilung, und daher war es ein logischer nächster Schritt, die beiden Funktionen im Jahr 2020 zusammenzulegen, um Synergien voll auszuschöpfen.

WELCHE PROBLEME LÖSEN SIE MIT DER VERÄNDERUNG?

VANG JESSEN: Sie steigert die Innovationsgeschwindigkeit in unserem Produktgeschäft und ermöglicht es uns, näher am Markt zu sein. Das bestehende Innovationsteam von Mark ist großartig in der multinationalen Zusammenarbeit und im Experimentieren mit neuen Technologien an der Seite von Partnern und Kunden – eine Fähigkeit, von der natürlich jedes Produktentwicklungsteam profitiert. Das Produktteam hingegen weiß, wie man diese Experimente in ein – nun ja, Sie haben es geahnt – Produkt umwandelt und es dadurch skalierbar macht. Deshalb haben wir die Funktionen kombiniert und verwenden nun einen strukturierten Ansatz, um Innovation im Produktentwicklungsteam voranzutreiben.

MARK ALBRECHT: Das Innovationsteam hat die Möglichkeit, unsere NTT DATA F&E-Mittel zu nutzen, um die neuesten Technologien zu integrieren. Wenn wir gelernt haben, wie man eine bestimmte Technologie in einem Innovationsprojekt einsetzt, bietet unsere neue Struktur einen effektiven Weg, um herauszufinden, ob die Technologie in weiteren Sektoren oder zur Lösung anderer Probleme als im ursprünglichen Proof of Concept eingesetzt werden kann. Auf diese Weise können wir unsere Erfolge auch in anderen Märkten besser wiederholen.

WIE GESTALTEN SIE DIE ZUSAMMENARBEIT INNERHALB DER NTT DATA-GRUPPE?

VANG JESSEN: Wir arbeiten eng mit unserer japanischen Muttergesellschaft in einem sogenannten „Market Focus Team" zusammen, das von uns geleitet wird. Das ist jetzt, da NTT seinen Fokus auf SAP erweitert hat, wichtiger denn je. Wir tauschen uns auch in der globalen CTO-Community des Konzerns aus, um das Wissen der Anderen zu nutzen. Es geht nicht nur darum, Geschäft zu generieren, sondern auch um Inspiration.

MARK ALBRECHT: Wir haben in einigen Bereichen begonnen, uns über die klassische SAP-Welt hinaus zu bewegen und Erfahrungen in verschiedenen modernen Bereichen zu sammeln – von Automatisierung über IoT bis hin zu KI und Data Analytics. Daher greifen wir sehr stark auf die Expertise und das F&E-Wissen von NTT DATA zurück. Die Projekte „Smart Island" (siehe Seite 64) sowie eines deutschen Automobilzulieferers (siehe Seite 69) zeigen zum Beispiel, wie wir unser klassisches Geschäft in zwei Bereichen mit einer flexiblen technologischen Plattform einsetzen können. Dazu greifen wir ebenfalls auf NTT DATA zurück und nutzen die Expertise der anderen Organisationen im Konzern. Aber wir teilen auch unser Wissen, unsere Erfahrung und unsere Ressourcen. Das ist eine Win-Win-Situation für jedes Mitglied der NTT-Familie und natürlich auch für unsere Kunden. Auf diese Weise ermuntern wir die Kolleg*innen, unsere Kunden zu inspirieren und sicherzustellen, dass die beste Lösung gefunden wird, um Geschäftsprozesse unserer Kunden mit neuen Technologien zu verbessern und vielleicht sogar neue Geschäftsmodelle zu ermöglichen.

WAS SIND AUS IHRER SICHT DIE WICHTIGSTEN ERFOLGSFAKTOREN NEBEN DER ENGEN INTERNEN ZUSAMMENARBEIT?

ALBRECHT: Kundennähe stand für uns schon immer an erster

Stelle, denn so können wir ihre Bedürfnisse verstehen und unsere eigenen Erfahrungen einfließen lassen. Das eröffnet eine Inside-Out-Perspektive auf die Herausforderungen unserer Kunden. Zum anderen verfolgen wir eine globale Strategie, bei der wir unsere Innovationen in sechs digitalen Bereichen von Cybersecurity bis Customer Experience fokussieren und analysieren, was im Markt passiert. So können wir auch Herausforderungen in den Geschäftsprozessen unserer Kunden mit einer Outside-In-Perspektive angehen. Wenn wir mit Innovation Cases arbeiten, versuchen wir, über die kurzfristige Zukunft unserer Kunden hinauszublicken, um sicherzustellen, dass unser Portfolio sie über viele Jahre hinweg unterstützen kann.

VANG JESSEN: Der eigentliche Sinn unserer Innovationen ist es, die Kunden auf ihrer Transformationsreise zu unterstützen. Wenn wir mit neuen Technologien arbeiten, behalten wir immer den Fokus darauf, was der Kunde tatsächlich braucht und was in seiner Landschaft Sinn macht. Indem wir uns intensiv mit ihren Themen auseinandersetzen, unterstützen wir ihren Wandel und eröffnen ihnen neue Möglichkeiten. So bleiben wir ein relevanter Partner für unsere Kunden – indem wir Werte schaffen.

ENTFERNEN SIE SICH DAMIT NICHT SEHR WEIT VON IHREM KERNGESCHÄFT? WIE GELINGT IHNEN DER SPAGAT?

VANG JESSEN: Einige Innovationsprojekte wie Frontline AI, der PoC für unseren digitalen Assistenten it.human, erscheinen zunächst etwas seltsam, weil sie nichts mit unserer bestehenden Kundenbasis und unserem etablierten Portfolio zu tun haben. Aber diese Innovationsprojekte bieten uns die Chance, Erfahrungen zu sammeln und Showcases zu entwickeln, die wir dann nutzen können, um konkrete Lösungen für andere Aufgabenbereiche zu diskutieren. Die Arbeit an Innovationsfällen erleichtert uns das Umdenken und den anschließenden Transfer neuer Erkenntnisse zu unseren Kunden, wir werden zum Sparringspartner auf ihrer Transformationsreise. Ohne Innovationsprojekte würden wir nie das nötige Hintergrundwissen erlangen, um in einer bestimmten Situation eine gute, moderne Lösung zu konzipieren. Nur so können wir in einer volatilen Welt weiterhin ein relevanter Partner sein.

WELCHE STRATEGIE VERFOLGEN SIE IM BROWNFIELD, WIE MACHEN SIE IHRE BESTEHENDEN PRODUKTE ZUKUNFTSSICHER?

ALBRECHT: Seit einem Jahr führen wir in Zusammenarbeit mit SAP ein Pilot-Transformationsprojekt durch, das darauf abzielt, bestehende Produkte zu renovieren, um sie für die „neue Welt", nämlich die Welt der Cloud, fit zu machen. Indem wir den Produkten diesen Lift verschaffen, stellen wir sicher, dass sie Kunden in ihrem neuen Cloud-Set-up unterstützen können. Wir haben auch die digitalen Plattformen überarbeitet, die wir zur Präsentation unserer Produkte nutzen. Im Jahr 2020 wurde eine neue globale E-Commerce-Plattform ausgerollt – der itelligence AddStore, der auf SAP Hybris basiert. So haben wir uns gezielt auf die Zukunft vorbereitet, insbesondere auf die Industry Cloud Transformation.

NICHT JEDE INNOVATION IST AUTOMATISCH EIN KASSENSCHLAGER. WIE BESTIMMEN SIE DAS MARKTPOTENZIAL IHRER NEUENTWICKLUNGEN?

ALBRECHT: Es ist nicht so, dass wir einfach wahllos Innovationen entwickeln und dann an die Türen der Leute klopfen. Der Kunde steht immer im Mittelpunkt der Ideation Story und des Entscheidungsprozesses. Wir analysieren Branchen, Marktsegmente, die Geschäftsprozesse der aktuellen Kunden und berechnen Business Cases. Dies gibt uns die Möglichkeit, kontinuierlich zu validieren, ob eine Idee sinnvoll ist, indem wir zum Beispiel den Input unserer globalen Innovation Community und des engeren Partnernetzwerks einholen. Dann entwerfen wir einen Weg zur Umsetzung und Positionierung für den jeweiligen Innovationsfall.

VANG JESSEN: Das ist die klassische Art, Produktinnovation zu betrachten, und natürlich ist das auch der einzig sinnvolle Ansatz dafür. Aber gleichzeitig möchte ich betonen, dass unsere Kolleg*innen auch Ideen ausprobieren dürfen, die für F&E-Zwecke ziemlich „abwegig" erscheinen. Innovation passiert, wenn man den Köpfen freien Lauf lässt. Erweist sich die Idee dann als vielversprechend, führt sie zu einem kleinen Pilotprojekt mit einem Kunden oder einem Partner – ein Test ist immer besser als eine Diskussion mit zehn Experten. Das ist natürlich nur der Ansatz

auf PoC-Ebene. Wenn wir ein echtes Produkt entwickeln, legen wir einen anderen Gang ein und wenden einen strukturierten Prozess mit echten Kriterien und Indikatoren an. Unsere Innovationsstrategie ist ein dreistufiger Ansatz. Erstens Inspiration und kleine Tests, zweitens Co-Innovation mit Partnern und Kunden in Projekten, und drittens die konkrete Produktentwicklung. Unser früheres Innovationsteam zeichnet sich durch die ersten beiden Schritte aus, unser früheres Produktteam durch die beiden letzten. Mit der neuen integrierten Funktion führen wir diese Fähigkeiten an einem Ort zusammen, um unsere guten Ideen voll auszuschöpfen und unsere Kompetenzen und Lösungen zu skalieren. ■

NICOLAJ VANG JESSEN ist Executive Vice President und in seiner globalen Funktion für den Bereich IP (Produkte) sowie die nordischen und osteuropäischen Länder (NEE-Region) von NTT DATA Business Solutions verantwortlich. Er war Mitbegründer, Partner und CEO der Firma 2C change, die vor zehn Jahren von itelligence aufgekauft wurde.

MARK ALBRECHT ist als Vice President Global Head of Innovation verantwortlich für die Einführung und den Einsatz der neuesten SAP-Technologien und -Innovationen in der NTT DATA und der NTT DATA Business Solutions. Darüber hinaus verantwortet er nationale und internationale F&E-Projekte, das Management des langfristigen Produkt- und Lösungsportfolios und ist Mitglied des globalen NTT DATA R&D CTO Committee.

KONZERN-FINANZBERICHT*

Lagebericht des Konzerns 84
Konzerngewinn- und -verlustrechnung 124
Konzern-Gesamtergebnisrechnung 125
Konzernbilanz 126
Konzernkapitalflussrechnung 128
Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung 129

* Es handelt sich nicht um eine der gesetzlichen Form entsprechenden Veröffentlichung.

SONSTIGE INFORMATIONEN

Prüfungsergebnis 130
Service & Impressum 131

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Freunde des Unternehmens,

die itelligence AG erzielte im Gesamtjahr 2020 trotz der erschwerten Bedingungen in der Pandemie einen Umsatzanstieg und erwirtschaftete ein Wachstum von 3,2% auf 1,072 Mrd. Euro gegenüber 1,038 Mrd. Euro im Vorjahr. Besonders stolz sind wir auf unsere Mitarbeiter weltweit, die sich auf die außergewöhnlichen Verhältnisse hervorragend eingestellt und stets für unsere Kunden ihr Bestes gegeben haben. Im Wesentlichen ist itelligence durch die Zukäufe in Brasilien und Thailand gewachsen. In Asien konnte itelligence die Umsätze mehr als verdoppeln. Auf der Ertragsseite zeigte sich eine klare Aufwärtstendenz im vierten Quartal 2020. Für das Gesamtjahr erreichte die itelligence AG ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITA) in Höhe von 32,0 Mio. Euro nach 38,4 Mio. Euro im Vorjahr. Die EBITA-Marge lag damit bei 3,0% nach 3,7% in 2019. Im vierten Quartal stieg das EBITA hingegen um starke 34,9% von 12,9 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 17,4 Mio. Euro; die EBITA-Marge verbesserte sich damit deutlich von 4,5% auf 6,1%. Insgesamt kann der itelligence-Konzern mit seiner exzellenten Marktpositionierung positiv in das neue Geschäftsjahr blicken. Ziel ist es, den Aufschwung auf der Ertragsseite aus dem vierten Quartal des abgelaufenen Jahres in 2021 fortsetzen.

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 2020 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung zugewiesenen Aufgaben wahrgenommen. Er hat den Vorstand bei der Unternehmensführung regelmäßig beraten, fortlaufend überwacht und war in alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen unmittelbar und frühzeitig einbezogen. Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat die Berichte und Beschlussvorschläge des Vorstands gründlich geprüft, ausführlich beraten und schließlich sein Votum abgegeben.

Den vom Aufsichtsrat gestellten Anforderungen an die Berichterstattung kam der Vorstand stets in vollem Umfang nach und informierte den Aufsichtsrat umfassend und zeitnah über die Lage des Konzerns. Dies geschah sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form. Die Schwerpunkte lagen dabei auf der Darstellung der Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, grundsätzlichen Fragen der Unternehmensplanung und Unternehmensstrategie, der Finanzierungs- bzw. Liquiditätssituation, der Risikolage, dem Risikomanagement, Compliance-Vorgaben sowie wichtigen Geschäftsvorfällen. Auch über die genannten Anlässe hinaus erhielt der Aufsichtsratsvorsitzende regelmäßig Informationen über die aktuelle Geschäftsentwicklung, den mittelfristigen Ausblick und weitere wesentliche Themen. Ebenso wurden mögliche Zukunftsszenarien und die künftige Ausrichtung der Geschäftsbereiche mit dem Vorstand diskutiert. Interessenkonflikte traten dabei im Berichtsjahr weder im Vorstand noch im Aufsichtsrat auf.

Der Aufsichtsrat trat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020 zu vier Sitzungen zusammen. Alle Mitglieder des Aufsichtsrats haben dabei an mehr als der Hälfte der Aufsichtsratssitzungen teilgenommen. Zum Teil erfolgte eine Zuschaltung von Aufsichtsratsmitgliedern per Video oder Telefon. Im Falle der Verhinderung haben die Mitglieder durch schriftliche Stimmabgabe an den Beschlüssen mitgewirkt.

Regelmäßiger Bestandteil der Beratungen im Aufsichtsrat waren die wirtschaftliche Lage und Entwicklung der Gesellschaft, die Finanz- und Liquiditätssituation, die Investitionsvorhaben, die Risikolage und das Risikomanagement sowie die Unternehmensplanung und Unternehmensstrategie.

Darüber hinaus standen im vergangenen Geschäftsjahr folgende Themen und Beschlüsse besonders im Fokus:

- Billigung und Feststellung des Jahres- und Konzernabschlusses 2019
- Beauftragung der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin, als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2020
- Budgetfestlegung und Budgetprüfung für 2020
- Investitionen und geplante Akquisitionen
- Wahl neuer Aufsichtsratsmitglieder und Besetzung von Ausschüssen
- Überwachung des vom Vorstand eingerichteten Risikofrüherkennungssystems

- Vorstandsangelegenheiten
- Begleitung von Projekten des Finanzbereichs und von Eskalationsprojekten
- Vorbereitung eines neuen Branding für itelligence sowie Änderung der Firmierung der itelligence AG und ihrer Tochtergesellschaften

Der Prüfungsausschuss trat im Geschäftsjahr 2020 am 26. März 2020 und am 23. September 2020 zusammen. In diesen Sitzungen befasste sich der Prüfungsausschuss eingehend mit der Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses, mit Neuerungen der Rechnungslegung und deren künftiger Berücksichtigung im Jahres- und Konzernabschluss, mit Fragen des Planungsprozesses, des Risikomanagements sowie mit Compliance-Fragen.

Der Personalausschuss tagte am 26. März 2020 und am 23. September 2020 zu Vorstandsangelegenheiten, zu Fragen der Mitarbeiterentwicklung, zum Integrations-Prozess bei akquirierten Gesellschaften und zu den Entwicklungen im Management und in der Managementstruktur.

Ferner tagte der Strategieausschuss am 18. Dezember 2020. Er befasste sich schwerpunktmäßig mit der Ausrichtung der Gesellschaft im NTT DATA-Konzernverbund, mit Investitionen, Akquisitionen sowie den bei der Gesellschaft initiierten Optimierungs- und Reorganisationsprojekten.

Auf der ordentlichen Hauptversammlung am 27. März 2020 wurden Beschlüsse über die Verwendung des Bilanzgewinns, über die Entlastung der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sowie über die Wahl des Abschlussprüfers und Konzernabschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2020 gefasst. Des Weiteren wurde Robb Rasmussen (Senior Vice President, Head of Global Marketing Headquarters, NTT DATA Corporation) im Dezember 2020 als Anteilseignervertreter von der Hauptversammlung zum Mitglied des Aufsichtsrats gewählt. Er ersetzt Koji Ito, dem der Aufsichtsrat für die geleistete Arbeit und für sein Engagement für die Gesellschaft herzlich dankt.

Im Geschäftsjahr 2020 befasste sich der Aufsichtsrat wie in den Vorjahren regelmäßig mit der Einhaltung und Weiterentwicklung der Corporate Governance im Unternehmen. Gemeinsam mit

Friedrich Fleischmann, Vorsitzender des Aufsichtsrats

dem Vorstand hat sich der Aufsichtsrat eingehend mit den Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex auseinandergesetzt. Vorstand und Aufsichtsrat der itelligence AG identifizieren sich mit den Zielen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Sie wollen damit eine gute, vertrauensvolle, am Nutzen von Anteilseignern, Mitarbeitern und Kunden orientierte Unternehmensführung fördern. Vorstand und Aufsichtsrat haben sich dafür entschieden, über die Corporate Governance im Unternehmen im Corporate-Governance-Bericht, der mit dem Geschäftsbericht veröffentlicht wird, zu berichten. Dies ist auch aus Sicht des Aufsichtsrats gegenüber einer formalen Corporate-Governance-Erklärung, die auf börsennotierte Gesellschaften zugeschnitten ist, mittlerweile vorzuziehen, weil im Corporate-Governance-Bericht transparent und umfassend über die Corporate Governance der itelligence AG berichtet werden kann.

Die Hauptversammlung vom 27. März 2020 hat die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin, zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2020 gewählt. KPMG hatte vorab gegenüber dem Aufsichtsratsvorsitzenden erklärt, dass keine Umstände bestehen, die ihre Unabhängigkeit als Abschlussprüfer beeinträchtigen könnten. Schließlich prüfte KPMG den Jahresabschluss der itelligence AG und den Konzernabschluss sowie die Lageberichte der itelligence AG und des itelligence-Konzerns eingehend. Es wurden keine Einwendungen erhoben und dies in uneingeschränkten Bestätigungsvermerken testiert. Darüber hinaus prüfte der Abschlussprüfer den vom Vorstand erstellten Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen („Abhängigkeitsbericht") und testierte diesen mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk. Dieser Bestätigungsvermerk hat folgenden Wortlaut:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

a. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
b. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war,
c. bei den im Bericht aufgeführten Maßnahmen keine Umstände für eine wesentlich andere Beurteilung als die durch den Vorstand sprechen."

In seiner Sitzung am 25. März 2021 erörterte der Prüfungsausschuss den Konzernabschluss und den Jahresabschluss 2020 sowie die Lageberichte gemeinsam mit dem Vorstand und den Abschlussprüfern. Die entsprechenden Unterlagen mit den Prüfungsberichten der Abschlussprüfer wurden allen Mitgliedern des Prüfungsausschusses und des Aufsichtsrats rechtzeitig im Vorfeld zur Verfügung gestellt. Die verantwortlichen Abschlussprüfer informierten die Mitglieder des Prüfungsausschusses über die wichtigsten Ergebnisse der Prüfung und beantworteten weitergehende Fragen. Der Ausschuss sprach abschließend eine Empfehlung zur Billigung durch den Aufsichtsrat aus.

In der bilanzfeststellenden Aufsichtsratssitzung am 26. März 2021 diskutierte der Aufsichtsrat im Beisein des Vorstandes und der Abschlussprüfer ausführlich den nach den Grundsätzen der International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellten Konzernabschluss und Konzernlagebericht, den nach den Regeln des Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellten Jahresabschluss und Lagebericht, die Prüfungsberichte sowie den Abhängigkeitsbericht. Die Abschlussprüfer berichteten über die wesentlichen Ergebnisse ihrer Prüfungen und standen dem Aufsichtsrat für ergänzende Auskünfte sowie die Beantwortung von Fragen zur Verfügung. Der Aufsichtsrat sprach anschließend eine Empfehlung zur Feststellung des Jahresabschlusses und Billigung des Konzernabschlusses aus.

Der Aufsichtsrat hat nach eigener sorgfältiger Prüfung der Abschlussunterlagen und der Prüfungsberichte keine Einwendungen erhoben und sich deshalb dem Ergebnis der Abschlussprüfung durch KPMG angeschlossen. Der Aufsichtsrat billigte somit den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der itelligence AG und den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2020. Ebenso stimmte der Aufsichtsrat nach eigener Prüfung auch dem Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands zu. Der Aufsichtsrat hat nach eigener sorgfältiger Prüfung des Abhängigkeitsberichts und des Prüfungsberichts keine Einwendungen gegen die Erklärung des Vorstands am Schluss des Abhängigkeitsberichts erhoben und sich dem Ergebnis der Prüfung durch KPMG angeschlossen.

Als Aufsichtsrat begleiten wir auch in Zukunft die strategische Ausrichtung und den Kurs der itelligence AG aktiv. Gemeinsam mit dem Vorstand werden wir damit unseren Beitrag zur weiteren positiven Entwicklung des itelligence-Konzerns, die nunmehr schon seit über 30 Jahren anhält, leisten. Besonderer Dank gilt dem großen Kreis der weltweit tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie den Mitgliedern des Vorstands für ihren hohen persönlichen Einsatz und ihre Leistungen im dynamischen wie auch herausfordernden Marktumfeld.

Bielefeld, 26. März 2021

Für den Aufsichtsrat

Friedrich Fleischmann
Vorsitzender

CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT 2020

Für den Vorstand und den Aufsichtsrat der itelligence AG hat Corporate Governance eine hohe Bedeutung. Nur eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung steigert aus unserer Sicht langfristig und nachhaltig den Unternehmenswert. Die Führungsgremien bekennen sich deshalb zu den Grundsätzen des Deutschen Corporate Governance Kodex – im folgenden DCGK genannt. Eine entsprechende Umsetzung soll das Vertrauen von Kunden, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit in das Unternehmen auf einem hohen Niveau stabilisieren.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben sich beide Organe mehrfach mit den Themen der Corporate Governance beschäftigt. Der Vorstand und der Aufsichtsrat der itelligence AG orientieren sich an den Empfehlungen und Anregungen des DCGK in der aktuellen Fassung vom 16. Dezember 2019. Zwar richtet sich der DCGK an börsennotierte Gesellschaften und Gesellschaften mit Kapitalmarktzugang – aus Sicht des Vorstands und des Aufsichtsrats der itelligence AG sind die im DCGK niedergelegten, international und national anerkannten Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung jedoch auch ein geeignetes Regelwerk zur Sicherung der Qualität der Corporate Governance der itelligence AG. Die Struktur der itelligence AG als 100%ige Konzerngesellschaft der NTT DATA unterscheidet sich unter anderem im Hinblick auf Anteilseignerstruktur und Kapitalmarktzugang von einer kapitalmarktorientierten Gesellschaft, die Adressat des DCGK ist. Trotzdem ist der DCGK aus Sicht des Vorstands und des Aufsichtsrats der itelligence AG eine sinnvolle Orientierung zur Sicherung der Qualität der Corporate Governance der itelligence AG. Wesentliche Abweichungen von den Grundsätzen des Corporate Governance Kodex ergeben sich lediglich in begründeten Fällen aufgrund von Größe, Struktur, fehlender Kapitalmarktorientierung oder unternehmensspezifischen Besonderheiten der itelligence AG.

Als Konzerngesellschaft der NTT DATA beachtet die itelligence AG zusätzlich die Corporate-Governance-Grundsätze der NTT DATA-Gruppe und des NTT-Konzerns.

VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Als deutsche Aktiengesellschaft verfügt die itelligence AG mit Vorstand und Aufsichtsrat über eine zweistufige Führungs- und Überwachungsstruktur. Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand und ist für die Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern zuständig. Beide Gremien der itelligence AG arbeiten seit jeher vertrauensvoll und effizient zusammen.

Der Vorstand informierte den Aufsichtsrat im Geschäftsjahr 2020 regelmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über alle wesentlichen Aspekte der Planung, der Geschäftsentwicklung sowie über die Lage des Konzerns. Die Schwerpunkte lagen hierbei auf der Risikolage, dem Risikomanagement und der Compliance. Für Geschäfte von grundlegender Bedeutung hat der Aufsichtsrat Zustimmungsvorbehalte festgelegt.

Der Aufsichtsrat tagt regelmäßig unter bestimmten Voraussetzungen auch ohne den Vorstand.

Dem Vorstand der itelligence AG gehörten im Jahr 2020 mit Norbert Rotter als Vorstandsvorsitzenden und mit Jürgen Pürzer (seit dem 01.03.2020) als Finanzvorstand zwei Mitglieder an. Bis 29. Februar 2020 leitete Herr Rotter das Unternehmen als Alleinvorstand. Im Jahr 2020 traten im Vorstandsgremium keine Interessenkonflikte auf.

Der Aufsichtsrat sorgt gemeinsam mit dem Vorstand für eine langfristige Nachfolgeplanung. Die Erstbestellung von Vorstandsmitgliedern erfolgt in der Regel für längstens drei Jahre.

Der Aufsichtsrat der itelligence AG berät und überwacht den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens und verfügt, nach eigener Einschätzung, über eine ausreichende Anzahl unabhängiger Mitglieder. Die im Deutschen Corporate Governance Kodex niedergelegten Grundsätze der Vielfalt und Angemessenheit in Bezug auf geographische, branchenspezifische sowie weitere wichtige Erfordernisse des Unternehmens wurden bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrates berücksichtigt. Im sechsköpfigen Aufsichtsrat der itelligence AG sind mit Herrn Friedrich Fleischmann und Herrn Prof. Heiner Schumacher zwei Mitglieder vertreten, die von der Gesellschaft und deren Vorstand sowie der NTT DATA als kontrollierendem Aktionär unabhängig sind. Im Aufsichtsrat der itelligence AG sind außerdem zwei Anteilseignervertreter der NTT DATA sowie zwei

Arbeitnehmervertreter tätig. Damit ist der Aufsichtsrat der itelligence AG gemäß den Empfehlungen des DCGK mit zwei unabhängigen Anteilseignervertretern besetzt, obwohl es neben NTT DATA keine Minderheitsaktionäre der itelligence AG gibt.

Sämtliche Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat nehmen keine wesentlichen konzernexternen Funktionen oder wesentlichen Aufsichtsratsmandate bei anderen externen Gesellschaften wahr.

Im Jahr 2020 bildete der Aufsichtsrat aus dem Kreis seiner Mitglieder wie in den Vorjahren einen Prüfungsausschuss, einen Personalausschuss sowie einen Strategieausschuss. Dabei traten auch im Jahr 2020 im Aufsichtsrat keine Interessenkonflikte auf.

Gemäß den Empfehlungen des DCGK sind der Aufsichtsratsvorsitzende, der Vorsitzende des Prüfungsausschusses sowie der Vorsitzende des mit der Vorstandsvergütung befassten Personalausschusses unabhängig von der Gesellschaft und vom Vorstand. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses ist unabhängig vom kontrollierenden Aktionär.

Über die Vergütung der Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat wird im Anhang zum Jahresabschluss und im Lagebericht im Rahmen eines Vergütungsberichts detailliert berichtet. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder wird dabei individualisiert offengelegt.

Weitere Informationen zur Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat sowie zur Arbeit des Aufsichtsrates und seiner Ausschüsse liefert der Bericht des Aufsichtsrates in diesem Geschäftsbericht.

AKTIONÄRSSTRUKTUR UND HAUPTVERSAMMLUNG

Die NTT DATA EUROPE GmbH & Co. KG ist Alleinaktionärin der itelligence AG.

Die itelligence AG ist in die Konzernstrategie der NTT DATA eingebunden. Sie tritt aber am Markt eigenständig auf und berichtet eigenständig und transparent über ihre Entwicklung. Die itelligence AG wird von Vorstand und Aufsichtsrat der itelligence AG in eigener Verantwortung geführt.

RECHNUNGSLEGUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

Der Vorstand stellt den Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende auf. Die itelligence AG passt im Jahr 2021 das Geschäftsjahr an die NTT DATA an. Das Geschäftsjahr beginnt am 1. April und endet am 31. März des Folgejahres. Die Konzernrechnungslegung entspricht den International Financial Reporting Standards (IFRS). Dies gewährleistet eine hohe Transparenz und internationale Vergleichbarkeit.

Die Prüfung für das Geschäftsjahr 2020 erfolgte durch den von der Hauptversammlung auf Vorschlag des Aufsichtsrats und Empfehlung des Prüfungsausschusses gewählten Abschlussprüfer, die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in Berlin. Der Prüfungsausschuss hat mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass dieser ihn unverzüglich über alle für seine Aufgaben wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse unterrichtet, die bei der Durchführung der Abschlussprüfung zu seiner Kenntnis gelangen. Der Prüfungsausschuss nimmt regelmäßig eine Beurteilung der Qualität der Abschlussprüfung vor.

TRANSPARENZ

Die itelligence AG informiert seit vielen Jahren zeitnah, umfassend und inhaltlich detailliert. Die Homepage der Gesellschaft – www.itelligencegroup.com – ist dabei das zentrale Kommunikationsinstrument und entsprechend der internationalen Tätigkeit des Unternehmens in mehreren Sprachen verfügbar. Über aktuelle Entwicklungen informiert die itelligence AG mit Pressemitteilungen. Der Geschäftsbericht mit dem wesentlichen Inhalt des Konzernabschlusses wird auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht. Der Konzernabschluss wird außerdem im Bundesanzeiger veröffentlicht.

CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHTERSTATTUNG

Der Vorstand und der Aufsichtsrat erstellen jährlich einen Corporate-Governance-Bericht, in dem sie über die Corporate Governance der Gesellschaft informieren. Der Corporate-Governance-Bericht wird in den Geschäftsbericht aufgenommen.

Seit dem Geschäftsjahr 2020 verzichten der Vorstand und der Aufsichtsrat der itelligence AG auf eine eigene Corporate-Governance-Erklärung gemäß § 161 AktG, die nur für börsennotierte Aktiengesellschaften gesetzlich zwingend ist. Dies ändert nichts an der maßgeblichen Orientierung der itelligence AG an den Empfehlungen und Anregungen des DCGK. Auch die Neufassung des DCGK vom 16. Dezember 2019 wird im Rahmen der Sicherung der Qualität der Corporate Governance der itelligence AG umfassend berücksichtigt. Eine umfassende Berichterstattung im Corporate-Governance-Bericht ist aus Sicht des Vorstands und des Aufsichtsrats der itelligence AG mittlerweile jedoch gegenüber einer formalen Corporate-Governance-Erklärung vorzugswürdig, weil Form und Inhalt von Corporate-Governance-Erklärungen auf börsennotierte Gesellschaften zugeschnitten sind.

LAGEBERICHT DES ITELLIGENCE-KONZERNS GESCHÄFTSJAHR 2020

WESENTLICHE ERGEBNISSE IM GESCHÄFTSJAHR 2020

itelligence ist weiter auf Wachstumskurs:
Konzernumsatz steigt 2020 um 3,2% auf 1,072 Mrd. Euro

- Organisches Wachstum ging um -2,9% zurück, davon entfallen -2,0% auf negative Währungseffekte infolge des starken Euro
- Umsatzwachstum durch Unternehmenszukäufe von +6,1%
- Umsatzverteilung: Auslandsanteil liegt bei 58,5%, Inlandsanteil bei 41,5%

Für das Gesamtjahr erreichte die itelligence AG ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Amortisation (EBITA) in Höhe von 32,0 Mio. Euro nach 38,4 Mio. Euro im Vorjahr. Hierin negativ enthalten sind die Ausgaben für das strategische Investitionsprogramm in Höhe von 19,8 Mio. Euro (Vorjahr: 5,6 Mio. Euro). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) liegt bei 18,6 Mio. Euro nach 28,6 Mio. Euro im Vorjahr

- Die operative EBITA-Marge lag in 2020 bei 4,8% (Vorjahr: 4,2%), die Prognose von 5,0% wurde somit nahezu erreicht
- Die EBITA-Marge lag 2020 bei 3,0% nach 3,7% in 2019
- Die EBIT-Marge für das Gesamtjahr liegt bei 1,7% (Vorjahr: 2,8%)

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit erhöhte sich im Jahr 2020 um 31,6 Mio. Euro auf 98,9 Mio. Euro. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf ein verbessertes Forderungsmanagement zurückzuführen

Auftragsbestand steigt trotz schwierigen Umfelds weiter

- Der Auftragsbestand liegt zum 31. Dezember 2020 bei 1,132 Mrd. Euro und damit 9,6% über dem Vorjahresniveau von 1,032 Mrd. Euro
- Der Anteil des langfristigen Auftragsbestandes liegt bei 278,0 Mio. Euro (Vorjahr: 255,3 Mio. Euro)

Die Mitarbeiterzahl erhöht sich zum Bilanzstichtag um +9.4% auf 10.352 Mitarbeiter (Vorjahr: 9.459)

- Aufbau von insgesamt 893 Mitarbeitern, davon 287 Mitarbeiter durch Akquisitionen
- Integration der Zukäufe in Thailand und Finnland hat erfolgreich begonnen

Prognose für das Gesamtjahr 2021

- Trotz anhaltender Pandemie Umsatzwachstum von 1 bis 3% erwartet
- itelligence strebt weiterhin sowohl organisches als auch anorganisches Wachstum an
- itelligence strebt eine EBITA-Marge von 3,6 bis 4,2% an
- itelligence verfolgt ein Effizienz-/Investitionsprogramm in Höhe von 15 bis 20 Mio. Euro zur nachhaltigen Profitabilitätssteigerung

GRUNDLAGEN DES ITELLIGENCE-KONZERNS

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Die itelligence AG wurde 1989 als SAP-Beratungsunternehmen gegründet und agiert heute als weltweit tätiger und international führender IT-Komplettdienstleister und Partner der SAP SE. Zielgruppe der itelligence AG sind vor allem Kunden im Mittelstand und im gehobenen Mittelstand mit starker internationaler Ausrichtung. itelligence ist heute weltweit an mehr als 90 Standorten in 30 Ländern für mehr als 8.000 Kunden tätig.

Der Fokus der itelligence AG liegt auf dem Vertrieb von Nutzungsrechten an SAP-Softwarelösungen für den Mittelstand, dem SAP-Beratungsgeschäft, Managed Services, dem Lösungs- und Produktgeschäft. itelligence hat mit seinem breiten Industrie- und IT-Know-how im In- und Ausland zahlreiche Branchenlösungen zur effizienteren Implementierung von SAP entwickelt und vorkonfiguriert. Branchenschwerpunkte sind dabei die Fertigungs- und Automobilzulieferindustrie, der Maschinen- und Anlagenbau, die Stahl- und NE-Metalle-Unternehmen, die Holz- und Möbelindustrie, die Lebensmittelverarbeitung, die Prozess- und Pharmabranche, der Dienstleistungssektor, der Handel und das Know-how im Bereich von Bildungseinrichtungen. Zusätzlich treibt itelligence die Digitalisierung sowie industrie-spezifische Integration von mobilen und analytischen Lösungen voran.

ORGANISATION

itelligence ist in folgenden Regionen durch eigene Tochtergesellschaften mit lokalen Vertriebs- und Beratungsteams vertreten: D-A-CH (Deutschland, Österreich und Schweiz), Westeuropa (Spanien, Frankreich, Belgien, Niederlande, Großbritannien, Irland), Nord- und Osteuropa (Dänemark, Norwegen, Schweden, Finnland, Russland, Ukraine, Polen, Tschechien, Ungarn, Slowakei, Türkei), Amerika (USA, Kanada, Brasilien, Indien, Katar) und Asien (China, Malaysia, Thailand, Australien).

Der itelligence-Konzern umfasst 59 Tochtergesellschaften weltweit. Die größten Tochtergesellschaften befinden sich in Deutschland, USA, Indien, Brasilien, der Schweiz, Großbritannien, Dänemark und in der Türkei. Der Hauptsitz der itelligence AG liegt am Standort der Unternehmenszentrale in Bielefeld. Die itelligence AG ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der NTT DATA EUROPE GmbH & Co. KG.

Der Geschäftsbereich Global Managed Services agiert global über eine Matrix-Organisation, um den Anforderungen von lokalen und internationalen Kunden nach skalierbaren, kosteneffizienten und innovativen Service-Angeboten in diesem Segment bestmöglich gerecht zu werden. itelligence liefert Managed Cloud Services und Application Management Services für mehr als 4.000 Kunden aus sieben globalen Off- und Near-shore-Centern mit lokalen Frontends in 30 Ländern. Als führender Managed Cloud Services Provider mit SAP-Fokus betreibt itelligence hochmoderne Rechenzentren in Deutschland, Polen, Malaysia, Dänemark, der Schweiz und in den USA und arbeitet eng mit den führenden Hyperscalern zusammen. Eine intensive Zusammenarbeit mit Schwesterfirmen der NTT-

Gruppe sowie das Agieren als Global Strategic Supplier für SAP und deren Endkunden runden die geographische und portfolioseitige Aufstellung ab.

WACHSTUMSSTRATEGIEN (inhaltlich nicht geprüfte Lageberichtsangabe)

Basis für den Erfolg von itelligence ist eine klare Unternehmensstrategie mit konsequenter Umsetzung und stetiger Weiterentwicklung. itelligence pflegt zu seinen Kunden nachhaltig partnerschaftliche Beziehungen und sieht sich in der Verantwortung für den Erfolg der aufgesetzten IT-Projekte bei den Kunden.

Die Kunden von itelligence stehen in einem intensiven weltweiten Wettbewerb und müssen sich permanent an ein äußerst dynamisches Umfeld anpassen. Vor diesem Hintergrund haben kontinuierliche Verbesserungen der internen Strukturen und der Wertschöpfungskette strategische Bedeutung. itelligence versteht sich als strategischer Partner für den Mittelstand und Großunternehmen weltweit und unterstützt seine Kunden bei diesen Herausforderungen mit innovativen IT-Lösungen und Dienstleistungen. Dazu zählt insbesondere, den anhaltend rasanten digitalen Fortschritt aktiv mitzugestalten und für mehr Effizienz und Transparenz in den betrieblichen Abläufen zu sorgen.

Die Wachstumsstrategien sind Kernstück der langfristigen Ausrichtung von itelligence und werden gemeinsam mit der NTT DATA-Gruppe in 3-Jahres-Zyklen systematisch weiterentwickelt. Der aktuelle Strategiezyklus umfasst die Jahre 2021 – 2023. Im Vergleich zum vorangegangenen Strategiezyklus fokussiert itelligence insbesondere die weitere Effizienz- und Margensteigerung.

STEUERUNGSSYSTEM

Zur Steuerung des operativen Geschäfts verwendet die itelligence-Gruppe ausgewählte finanzielle und nichtfinanzielle Kennzahlen, die auf Konzernebene in zentralen Steuerungsgrößen verdichtet werden. Diese sind unter „Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren“ (ab Seite 111) dargestellt.

JAHRES- UND MEHRJAHRESPLANUNG FÜR ALLE REGIONEN UND BEREICHE

Grundlage aller Steuerungs- und Kontrollprozesse bei itelligence ist ein etablierter Planungsprozess. Auf Basis einer strategischen Mehrjahresplanung steuert der Vorstand die langfristige Ausrichtung der itelligence-Gruppe und leitet jährliche operative Zielvorgaben im Rahmen eines Top-down-Ansatzes ab. Die auf der Ebene der Landesgesellschaften erarbeiteten Jahrespläne werden anschließend mit den Gesamtzielvorgaben in Einklang gebracht. Quartalsweise werden dann den Planergebnissen rollierende Forecasts zur Ermittlung der Planabweichungen gegenübergestellt. Daneben werden monatlich Plan- und Ist-Werte abgeglichen und als Managementinformationen zur Verfügung gestellt. Damit sind Abweichungen von den festgelegten Zielen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Maßnahmen zur Zielerreichung können rechtzeitig eingeleitet werden.

MARKTPOSITIONIERUNG (inhaltlich nicht geprüfte Lageberichtsangabe)

Als einer der international führenden IT-Komplettdienstleister im SAP-Umfeld ist itelligence vor allem im klassischen und gehobenen Mittelstand positioniert. Dabei bietet itelligence seinen Kunden ein abgestimmtes Lösungs- und Leistungsportfolio über den gesamten Lebenszyklus einer IT-Investition. Das Unternehmensportfolio wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiterentwickelt und besteht heute aus den Bereichen Beratung, Entwicklung und Systemintegration im SAP-Umfeld, dem Vertrieb von SAP-Lizenzen und Cloud Subscription sowie dem Bereich Managed Services. Diese Leistungen und Produkte bietet itelligence weltweit an. itelligence verfügt dabei über eine langjährig gefestigte Marktposition in Deutschland, Westeuropa, Osteuropa, in Amerika und in Asien. Diese bereits ausgezeichnete Marktposition wird itelligence auch zukünftig durch organisches Wachstum auf der einen Seite sowie zielgerichtete Akquisitionen auf der anderen Seite weiter ausbauen.

AKQUISITIONEN

Im Geschäftsjahr 2020 ist itelligence durch Akquisitionen weiter gewachsen. Damit setzt itelligence die Expansionsstrategie der letzten Jahre konsequent fort und erweitert gezielt sein Leistungsportfolio. Mit den Übernahmen verfolgt itelligence das strategische Ziel, in jedem wichtigen Absatzmarkt zu den führenden SAP-Partnern zu gehören und diese Position weiter auszubauen. Die beiden wesentlichen Akquisitionen sind nachfolgend aufgeführt. Bezüglich weiterer Akquisitionen im laufenden Geschäftsjahr wird auf den Konzernanhang Kapitel D verwiesen.

itelligence weitet Präsenz durch die Übernahme von Pasafin Oy nach Finnland aus
Im November 2020 übernahm itelligence das SAP-Beratungshaus Pasafin Oy in Finnland. itelligence unterstreicht dadurch seine Position als führendes SAP-Beratungshaus in Skandinavien.

Mit der Übernahme von Pasafin ist itelligence jetzt auch in Finnland präsent. Pasafin ist ein Spezialist für HR-Themen und Cloud-Transformation. itelligence nutzt diese Kompetenz, um die Position als führender SuccessFactors-Partner auf ganz Skandinavien auszuweiten.

Pasafin, gegründet im Jahr 2005, ist ein namhaftes finnisches Beratungshaus, das sich bereits sehr früh erfolgreich auf die Beratung von cloudbasierten SAP-Lösungen, wie SAP SuccessFactors, für den Human-Capital-Management-Bereich spezialisiert hat. Pasafin ist nicht nur mit vielen namhaften finnischen Kunden eng vernetzt, sondern ist auch ein gefragter Berater für international tätige Konzerne.

itelligence übernimmt My Supply Chain Group, LLC (MSCG) in den USA
itelligence hat seine Stellung auf dem amerikanischen Markt im Supply-Chain-Segment weiter ausgebaut, in dem es im Dezember 2020 das amerikanische SAP-Beratungshaus My Supply Chain Group, LLC (MSCG), Birmingham, Alabama, übernommen hat. itelligence weitet damit nicht nur seine Präsenz in den USA deutlich aus, sondern ergänzt sein Serviceportfolio durch neue Möglichkeiten in den Bereichen Supply Chain Planning und Supply Chain Execution.

MSCG hat sich auf Supply Chain Reengineering und Implementierungsservices mit SAP Extended Warehouse Management, SAP Integrated Business Planning/ Advanced Planning and Optimization und SAP Transport Automation spezialisiert; der Schwerpunkt liegt dabei ausschließlich auf SAP-Lösungen.

Laut Gartner betrug der globale Markt für Supply Chain Management 2018 insgesamt 14 Milliarden US-Dollar und wird 2021 auf 19 Milliarden US-Dollar anwachsen. Des Weiteren wird davon ausgegangen, dass 65 Prozent der Warenbewegungen in automatisierten Warenlagern bis 2023 robotergesteuert sein werden. Hinsichtlich der Branchen hat sich MSCG auf die Bereiche Fertigung, Konsumgüter, Öl und Gas, Papierverarbeitung und Life Science spezialisiert.

MSCG ist auf dem amerikanischen Markt anerkannter Marktführer für SAP Extended Warehouse Management und Integrated Business Planning. Die Cloud-Lösung SAP Integrated Business Planning hat in den USA bereits heute eine starke Marktstellung und bietet zahlreiche Möglichkeiten, Kunden bei der Digitalisierung zu unterstützen.

PARTNERSCHAFTEN (inhaltlich nicht geprüfte Lageberichtsangabe)

Partnerschaften spielen für das Geschäftsmodell von itelligence eine zentrale Rolle. Mit den über 8.000 Kunden weltweit strebt itelligence langfristige, für beide Seiten vertrauensvolle und profitable Beziehungen an. Darüber hinaus stellen weitere langjährige Partnerschaften eine wichtige Basis für den langfristigen Erfolg des Unternehmens dar.

SAP-Partnerschaft

Die itelligence AG ist Partner der SAP, deren Produkte und damit verbundene Dienstleistungen den Kern des Leistungsportfolios von itelligence bilden. Der hohe Stellenwert von itelligence im SAP-Ökosystem wird regelmäßig durch unterschiedliche Auszeichnungen und die bedeutendsten Partnerstatus belegt, die SAP an seine strategischen Partner vergibt. Zu den wichtigsten Auszeichnungen zählen „SAP Global Platinum Reseller" (ehemals „SAP Global Value Added Reseller"), „SAP Global Strategic Services Partner" und „Global SAP-Certified Provider of Hosting Services". itelligence ist darüber hinaus auch ein globaler SAP-zertifizierter Anbieter von: SAP Business Suite Solutions Operations, SAP S/4HANA Solutions Operations, Cloud und Infrastructure Operations sowie SAP HANA Operations.

Im Jahr 2020 hat itelligence wiederum zwei SAP Pinnacle Awards gewonnen und zusätzlich drei Finalisten-Plätze erreicht. Die itelligence AG wurde für ihre herausragenden Leistungen als SAP-Partner mit den SAP Pinnacle Awards 2020 in den Kategorien „SAP SuccessFactors Partner of the Year – Small and Midsize Companies", und „Intelligent Spend Management Partner of the Year – Small and Midsize Companies" ausgezeichnet. In drei weiteren Kategorien erreichte itelligence die Finalisten-Plätze: „SAP S/4HANA Movement Partner of the Year" und „Global Platinum Reseller of the Year". Den dritten Finalisten-Platz als „Customer Experience Partner of the Year – Small and Midsize Companies" vergab die SAP an die Tochtergesellschaft der itelligence AG, die Sybit GmbH.

Mit den Auszeichnungen würdigt SAP jährlich Partner, die sich besonders um die Entwicklung und den Ausbau ihrer Zusammenarbeit mit SAP verdient gemacht haben und Kunden dabei unterstützen, ihr gesamtes Potenzial zu nutzen. Auf der Grundlage von Vorschlägen von SAP-Vertriebsmitarbeitern, Feedback der Kunden und verschiedenen Leistungskennzahlen wurden Finalisten und Preisträger in 34 Kategorien ausgewählt.

Von mehr als 21.000 Partnern weltweit wurden nur 27 Partner für die SAP Pinnacle Awards ausgewählt, die sich durch ihren Fokus auf Wertschöpfung, exponentielles Wachstum und Vereinfachung auszeichnen. Diese ausgezeichneten Partner besitzen die Fähigkeit, die Geschäftsanforderungen der Kunden zu verstehen, einen besonderen Mehrwert zu liefern, Lösungen anzubieten, die die Komplexität reduzieren und jedem Kunden helfen, zu einem Best-Run-Business zu werden.

Im März 2020 hat itelligence erneut die anerkannte Zertifizierung als Partner Center of Expertise (Partner COE) von der SAP SE erhalten. Diese Zertifizierung der SAP garantiert ein weltweit einheitlich hohes Service- und Supportniveau bei der Softwarewartung für SAP-Anwender. Alle zwei Jahre müssen sich die SAP-Reseller dieser Zertifizierung und dem damit verbundenen Audit erneut unterziehen. itelligence, SAP Global Platinum Reseller Partner, erreichte den Partner COE-Status und wurde hierbei in mittlerweile 21 Ländern zertifiziert. Die aktuelle PCOE-Zertifizierung gilt bis zum 28. Februar 2022.

Die Zertifizierung als Partner Center of Expertise von SAP bewertet das gesamte Supportsystem einschließlich der Mitarbeiter, der Prozesse und der Service-Infrastruktur und bescheinigt der itelligence AG, dass sie im Service das höchste Qualitätsniveau erfüllt – in fachlicher wie in organisatorischer Hinsicht. Die Partner-COE-Zertifizierung ist Voraussetzung für globale Reseller, Leistungen der Produktwartung (SAP Standard Support oder SAP Enterprise Support) für die verschiedenen Lösungen der SAP-Software-Landschaft anbieten zu dürfen. Die itelligence AG besitzt Support-Autorisierungen für SAP Business All-in-One, SAP Analytics, SAP HANA, SAP Mobile Platform, Database und Data Management sowie die Omnichannel-Plattform SAP Commerce.

Die itelligence AG hat ihre weltweite Service- und Support-Strategie als SAP-Partner stetig weiterentwickelt. Ziel dieser Strategie und des darauf basierenden Liefermodells ist es, die Kunden in allen Facetten der Managed Services weltweit optimal zu unterstützen. Dabei wurden auch die itelligence-Niederlassungen in Australien und Malaysia in diesen globalen Ansatz einbezogen. Damit sind itelligence-Vertretungen in 21 Ländern bzw. Sub-Regionen für die nächsten zwei Jahre (re)zertifiziert.

Im April 2020 gab itelligence bekannt, dass sie die strategische Partnerschaft mit SAP für Lösungen von SAP Concur weiter ausbaut. itelligence implementiert Lösungen nun in Europa und Asien und bietet damit als einer der größten Partner gleichbleibende Servicequalität in den strategisch wichtigen Regionen. Bisher deckte die Partnerschaft der itelligence AG im Bereich Lösungen von SAP Concur den europäischen Raum ab. Seit Januar 2020 umfasst die Partnerschaft mit Indien, Singapur, Malaysia und den Philippinen auch weite Teile Asiens.

Im Juni 2020 wurde itelligence für die herausragenden Leistungen in der Diamant-Initiative für SAP-Partner 2020 in den Kategorien „Partner des Jahres der SAP Deutschland SE & Co. KG“ und „Partner des Jahres im Mittelstands- und Partnervertrieb“ ausgezeichnet. Die itelligence-Tochtergesellschaft Sybit hat im Sektor Discrete Manufacturing Industry (DMI) sowie im Vertrieb von Professional Services den Status „Fokuspartner“ erhalten. Zudem wurde die itelligence AG als Teilnehmer des Partner Advisory Council nominiert.

Mit den Auszeichnungen würdigt SAP Deutschland diejenigen Partner, die sich besonders um die Entwicklung und den Ausbau ihrer Zusammenarbeit mit SAP verdient gemacht haben und Kunden dabei unterstützen, ihr volles Potenzial zu nutzen. Die im vergangenen Jahr durch die SAP gestartete Diamant-Initiative basiert auf einer als „Diamant-Modell“ bezeichneten Bewertungsmatrix von SAP, bei der fünf Leistungsdimensionen berücksichtigt werden: Innovation, Expertise, Lösungen, Demand Generation und Joint Partner Revenue in Branchenprojekten. 2020 haben sich 181 Partner beworben. Insgesamt vergab die SAP Auszeichnungen in sechs Kundensektoren. Der kontinuierliche Erfolg unterstreicht die enge Verbundenheit der itelligence AG mit der SAP als einer ihrer leistungsstärksten Partner, wenn es darum geht, Innovationen ganzheitlich umzusetzen und die digitale Transformation ihrer Kunden zukunftsorientiert voranzutreiben.

Seit September 2020 ist die itelligence AG globaler Partner von Qualtrics und gehört zum Qualtrics Partner Network. itelligence eröffnet drei globale Exzellenzzentren für die Auslieferung der Experience Management (XM) Qualtrics-Lösungen und integriert diese in sein Service- und Produktportfolio. Die XM-Qualtrics-Lösungen lassen sich vollständig in die SAP-Landschaft integrieren und ermöglichen es einem Unternehmen, die Zufriedenheit des Kunden, der Mitarbeiter und Geschäftspartner einzuholen, zu analysieren und entsprechende Aktivitäten durch maschinelles Lernen abzuleiten.

Der Fokus der Markteinführungsaktivitäten der itelligence AG und Qualtrics liegt auf Australien, Dänemark, Deutschland, Großbritannien, Malaysia, Norwegen, den Philippinen, Schweden, Thailand und den USA.

NTT DATA

Die langjährige Partnerschaft mit dem japanischen Konzern NTT DATA ist die strategische Basis für itelligence, um die eigene internationale Marktposition weiter deutlich auszubauen. Die itelligence AG ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der NTT DATA EUROPE GmbH & Co. KG. Die gesellschaftsrechtliche Verbindung ist die Basis für eine enge Zusammenarbeit im Rahmen eines Kooperationsvertrages.

itelligence treibt mit NTT DATA als starken Partner sein weiteres Wachstum als internationaler Anbieter von IT-Systemen und IT-Dienstleistungen im SAP-Umfeld voran. Als eigenständig agierendes Unternehmen in einer wachstumsorientierten NTT DATA-Gruppe kann itelligence durch die enge Verbindung mit NTT DATA sein Wachstumspotential im internationalen und speziell im asiatischen Umfeld stetig ausbauen. Darüber hinaus verfügt itelligence mit NTT DATA über einen sehr finanz- und kapitalstarken Partner. Zahlreiche gemeinsame internationale Kundenprojekte unterstreichen die erfolgreiche Partnerschaft zwischen NTT DATA und itelligence.

Im Juni 2020 konnten NTT DATA und itelligence gemeinsam bekannt geben, dass sie laut Lünendonk-Liste 2020 zu den führenden IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen zählen. NTT DATA und itelligence erreichten auf der „Lünendonk-Liste 2020" wie im Vorjahr gemeinsam Platz 5. Die beiden Unternehmen konnten ihren Umsatz 2019 im Vergleich zum Vorjahr in Deutschland von 754 Millionen Euro auf 795 Millionen Euro, also um 5,4% erhöhen.

Die Lünendonk & Hossenfelder GmbH bewertet bereits seit mehr als 20 Jahren die besten deutschen Dienstleistungsunternehmen und veröffentlicht die Ergebnisse in ihrer jährlich erscheinenden Lünendonk-Liste.

Im April 2020 gab itelligence bekannt, dass itelligence von der teknowlogy Group, einem führenden unabhängigen Marktforschungsunternehmen in Europa, für seine Beratungs- und Systemintegrationsdienste im Bereich des Internets der Dinge (Internet of Things, IoT) zum führenden Anbieter erklärt wurde. Die Umfrage zum Thema IoT-Beratung und -Systemintegration (IoT Consulting and System Integration (C&SI) Survey) ist die weltweit erste Kundenbefragung zur Performance zahlreicher Beratungs- und Systemintegrationsanbieter mit Blick auf IoT-Projekte. Die gewonnenen Erkenntnisse beruhen auf dem bislang umfassendsten Anwenderfeedback zu 32 führenden IoT-Anbietern.

NTT DATA zählt zu den führenden Anbietern im Bereich der Lösungsentwicklung und -implementierung. Diese Umfrage unterstreicht, dass das Unternehmen IoT-Lösungen aus einer Hand bereitstellt, die nicht nur einen außerordentlichen Geschäftsnutzen bieten, sondern auch ein hohes Maß an Kundenzufriedenheit gewährleisten. Darüber hinaus ist NTT DATA einer der Key Player, wenn auf der Lieferseite Flexibilität gefordert ist.

Im Oktober 2020 erreichte die NTT-Gruppe im Gesamt-Ranking der besten Systemhäuser, das von der International Data Group (IDG) durchgeführt wurde, den dritten Platz unter den Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über einer Milliarde Euro. Für die Umfrage wurden knapp über 2.000 IT-Entscheider in Anwenderunternehmen über die sie betreuenden Systemhäuser befragt. Basierend auf dem positiven Voting ihrer Kunden konnte die NTT-Gruppe in der erstmalig eingeführten höheren Umsatzklasse diesen dritten Platz für sich gewinnen.

NTT Ltd., NTT DATA und itelligence kombinieren ihre jeweiligen Fähigkeiten, um ihren Kunden einzigartige Dienstleistungen und Lösungen zu liefern, die deren digitale Transformation beschleunigen und dabei helfen, die Ziele ihrer Geschäftsstrategie zu erfüllen und zu übertreffen.

Im Dezember 2020 gab itelligence die Ausweitung der globalen Partnerschaft zwischen NTT und SAP bekannt, um Fähigkeiten und Know-how gemeinsam für neue Lösungen zu nutzen, die Unternehmen dabei helfen, sich in „intelligente Unternehmen" zu verwandeln. Den Kunden der itelligence erschließen sich durch diese Partnerschaft enorme Vorteile. Als eines der weltweit führenden SAP-Beratungshäuser wird itelligence, als Teil des NTT/NTT DATA-Konzerns, diese Innovationen in die Geschäftsprozesse seiner Kunden integrieren.

itelligence setzt Maßstäbe für SAP-Beratungshäuser in Deutschland. Erst kürzlich hat itelligence in einer aktuellen Studie zu über 100 SAP-Beratungshäusern in Deutschland den ersten Platz erreicht. Durchgeführt haben die Studie das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung sowie die IT-Fachzeitschrift Computerwoche. Dabei wurden sechs Dimensionen analysiert und bewertet: Produkt & Service, Profitabilität, Nachhaltigkeit, Innovation und Performance des Managements sowie Performance als Arbeitgeber.

Sonstige Partnerschaften und Auszeichnungen

Im September 2020 gibt itelligence AG seine Partnerschaft mit der Natuvion-Gruppe bekannt und erweitert sein Service- und Produktportfolio um einen hybriden Migrationsansatz ALLFIELD™ für die Implementierung der SAP S/4HANA. Der ALLFIELD™-Ansatz der Natuvion-Gruppe ermöglicht es Unternehmen aller Branchen, mittels SAP S/4HANA Selective Data Transition ihre derzeitigen Investitionen in Daten und Prozesse zu nutzen und gleichzeitig von den neuen Möglichkeiten der SAP S/4HANA-Lösungen zu profitieren. Technisch wird der ALLFIELD™-Ansatz durch eine Softwarelösung zur Datenmigration und eine Applikation zum Produktivsetzen des SAP S/4HANA-Systems unterstützt, wodurch die Ausfallzeiten beim Go-Live beinahe null sind.

Künftig wird die itelligence AG diese Tools bei der selektiven Datenübertragung für SAP S/4HANA einsetzen. Natuvion wird Experten sowie aktuellste Schulungen und Best Practices zur Verfügung stellen, um itelligence eine hohe Anzahl erfolgreicher Transformationsprojekte zu ermöglichen.

Die „Cutover App" von Natuvion trägt entscheidend dazu bei, die Ausfallzeiten beim Go-Live beinahe bei null zu halten. Das Tool verfolgt sowohl Projektteam-Aufgaben als auch System- und technische Aktivitäten. Die App unterstützt die Projektausführung durch sekundengenaues Workflow-Management in Echtzeit und stellt für die unterschiedlichen Projektrollen und Verantwortlichkeiten ein innovatives Monitoring-Dashboard zur Verfügung. Dies wurde im Rahmen eines Co-Innovationsprojekts mit SAP für die Realisierung von SAP S/4HANA Selective Data Transition Projekten entwickelt.

Im Februar 2020 wurde itelligence vom Automatisierungsspezialisten UiPath mit der Diamond-Partnerschaft für Europa ausgezeichnet. Die Marktforscher von Gartner und Forrester stufen UiPath als Leader im Bereich Robotic Process Automation ein.

Bei UiPath entscheidet die Zahl der in den unterschiedlichen Rollen der Automatisierung ausgebildeten Mitarbeiter über den Partnerstatus. UiPath gibt dazu Mindestwerte vor, welche die Partner regelmäßig nachweisen müssen. Dank der globalen Vernetzung mit der NTT DATA Group verfügt itelligence über eine hohe Zahl ausgebildeter Spezialisten für Robotic Process Automation. Damit hat sich itelligence den nur an wenige andere Partner vergebenen Diamond-Status verdient.

Der Markt für diese Variante der Automatisierung hat laut dem Gartner Magic Quadrant for Robotic Process Automation Software im vergangenen Jahr um 63% zugelegt und stellt damit die aktuell am schnellsten wachsende Kategorie im Bereich Unternehmenssoftware dar.

Um die eigene Kompetenz und das eigene Lösungsportfolio zu erweitern, pflegt itelligence darüber hinaus eine Vielzahl von weiteren Technologie-Partnerschaften. Ziel dieser Partnerschaften ist es, die Nachfrage bestehender itelligence-Kunden noch besser durch zusätzliche Services und ergänzende Lösungen zu bedienen. Außerdem zielt itelligence darauf ab, neue Kunden über Technologiethemen, SAP-Branchenlösungen und Partner-Empfehlungen zu gewinnen.

MITARBEITER

itelligence hat im Jahr 2020 die Marke von 10.000 Mitarbeitern überschritten. Von unseren 10.352 Mitarbeitern (Vorjahr: 9.459) waren zum 31. Dezember 2020 in Deutschland 3.427 Mitarbeiter (Vorjahr: 3.378) und 6.925 im Ausland (Vorjahr: 6.081) beschäftigt. Gegenüber dem Vorjahr ist die Zahl der Mitarbeiter damit um 9,4% gestiegen.

Mitarbeiter
nach Segmenten
Seite 104

Der Frauenanteil bei itelligence stieg 2020 auf 26,1% (Vorjahr: 25,2%). Das Durchschnittsalter blieb mit 37,7 Jahren weltweit konstant.

Mitarbeiterentwicklung
Seite 104

SCHWERPUNKTE DER PEOPLE FUNCTION

(inhaltlich nicht geprüfte Lageberichtsangabe)

Das Jahr 2020 war aus Sicht der People Function in zweifacher Hinsicht stark geprägt von den **HERAUSFORDERUNGEN DER CORONA-PANDEMIE**: Zuallererst galt unsere Aufmerksamkeit der Sicherheit und dem Wohl der itelligence-Mitarbeiter. Die inzwischen enge globale Vernetzung unserer Global People Function erlaubte schnelle Abstimmungen und eine synergetische Entwicklung von Maßnahmen und Policies.

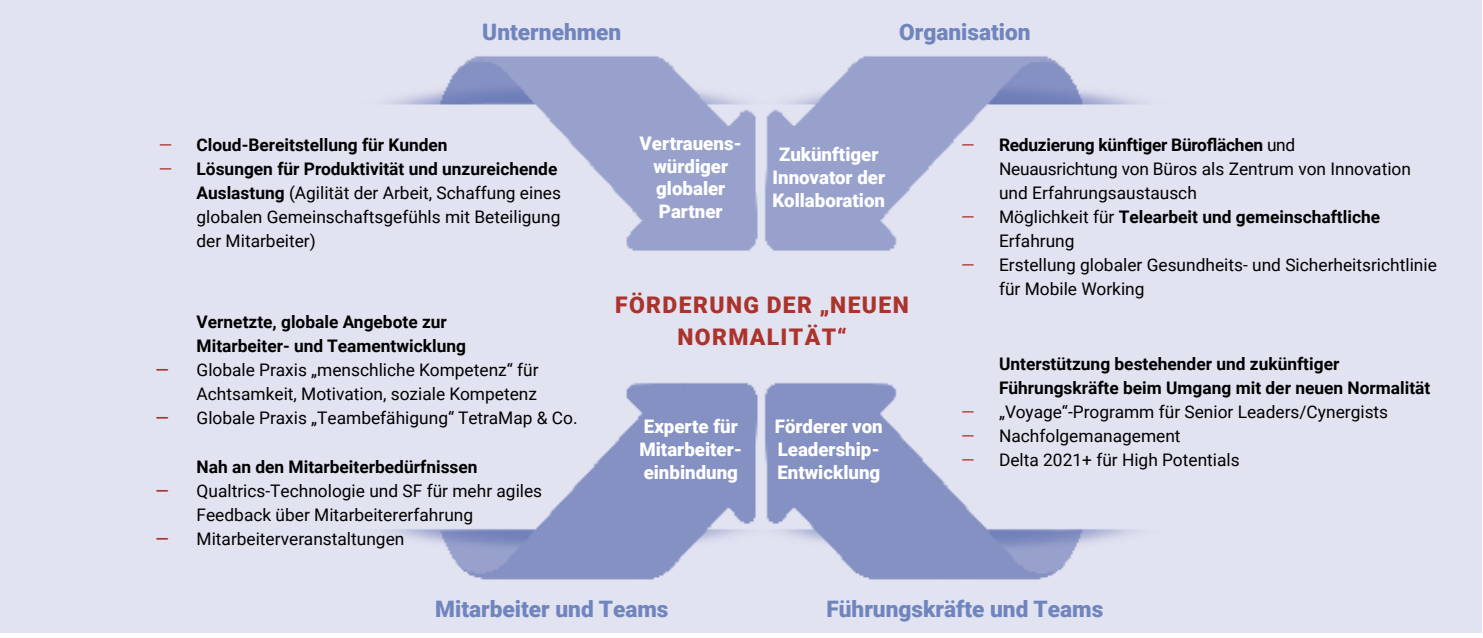
Das Recruiting der Ländereinheiten hat übergreifend mit Zurückhaltung in der Covid-19-Pandemie agiert und nur die Vakanzen und wirklichen Fachexperten aktiv ins Unternehmen rekrutiert. Zusätzlich zeichnete sich eine große Zurückhaltung im Bewerbermarkt ab. Die Anzahl der proaktiven Bewerbungen (ca. 40.000 Bewerbungen weltweit) ins Unternehmen war um 39% niedriger als im Vorjahr. Dennoch konnten im Unternehmen die wesentlichen Positionen und Vakanzen erfolgreich besetzt werden. Insbesondere im letzten Quartal 2020 zeichnete sich ein positiver Trend ab.

Weiterer Schwerpunkt im vergangenen Jahr waren die Notwendigkeiten und **MÖGLICHKEITEN DES „NEW WORK“**. itelligence hat diese reflektiert, bewertet und entschieden, sie nachhaltig zu nutzen. Unsere über Jahre gewachsene Unternehmenskultur der Teamarbeit und Kundenorientierung hat insbesondere in der Pandemie dazu beigetragen, die Herausforderungen der digitalen Zusammenarbeit zu bewältigen – beispielsweise wurden im vergangenen Jahr über 95% aller Aktivitäten im Bereich Consulting erfolgreich remote durchgeführt.

Zusätzlich haben wir über 90% aller Meetings und Trainings nicht nur von der physischen Präsenz in den digitalen MS Teams-Raum überführt, sondern auch die Formate und Inhalte den Erfordernissen und Möglichkeiten der neuen Medien angepasst. **KOMPLETT DIGITALE TRAININGS** anzubieten war am Ende des Jahres die neue Normalität. Dazu gehörten auch sämtliche Führungskräfte- und Soft-Skill-Schulungen (zum Beispiel unser Führungskräfteentwicklungsprogramm „Voyage“ oder unser High-Potential-Programm „Delta“).

Um den itelligence-Kolleginnen und -Kollegen weltweit systematisch und aktiv „zuzuhören“ und möglichst nah beieinander zu sein, ergänzt itelligence das persönliche Gespräch sowie Meetings, Workshops und Calls durch das **EMPLOYEE EXPERIENCE TOOL QUALTRICS**. Einige Pilotbefragungen zur Situation unserer Kolleginnen und Kollegen in der Pandemiesituation zeigten im Sommer 2020, dass Qualtrics sehr gut angenommen wird.

Mit den Global People Heads hat itelligence die Anforderungen und Möglichkeiten zukünftiger globaler Zusammenarbeit ausführlich diskutiert und in folgender Graphik dargestellt:



Die budget- und zeitplangemäße, weltweite Einführung einer SAP **SUCCESSFACTORS** Lösung brachte im Jahr 2020 die weltweite Transparenz aller Personaldaten in einem System „Employee Central“. Die internationale Zusammenarbeit wurde durch die Module Recruiting, Onboarding, Goal und Performance Management und Learning auf ein stabiles Fundament gestellt und durch eine weltweite Skill-Datenbank und einer Staffing-Lösung in Eigenentwicklung ergänzt.

WIRTSCHAFTSBERICHT

ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSLAGE IM JAHR 2020

Als 100%iges Tochterunternehmen der NTT DATA ist die itelligence AG global aufgestellt. Weltweit werden mehr als 8.000 Kunden an mehr als 90 Standorten in 30 Ländern betreut. Aufgrund dieser internationalen Ausrichtung haben die globale Konjunkturentwicklung und daraus folgende Investitionsentscheidungen der Kunden wesentliche Auswirkungen auf die Entwicklung der itelligence AG.

Infolge der Corona-Pandemie verzeichnete die Weltwirtschaft 2020 nach Berechnungen des Internationalen Währungsfonds (IWF) einen Einbruch von knapp -3,5% und somit die schlimmste Rezession seit der Weltwirtschaftskrise vor rund 90 Jahren. Notenbanken und Regierungen weltweit haben mit umfassenden und ungewöhnlich expansiven Maßnahmen gegengesteuert, um die Folgen dieses signifikanten Rückgangs für Unternehmen und Arbeitsplätze abzumildern. Im Vorjahr war die Weltwirtschaft noch mit einer Rate von 2,8% gewachsen. Branchenseitig war die Automobil(zuliefer) industrie, traditionell die wichtigste Branche für itelligence, mit einem globalen Rückgang der Produktion im Vergleich zum Vorjahr um knapp 15% am stärksten betroffen. Nach einem realen BIP-Wachstum von 1,3% im Jahr 2019 betrug die Schrumpfungsrate im Euroraum im Jahr 2020 -7,2%. Während der Rückgang in Deutschland vergleichsweise moderate 5,4% betrug, waren die Volkswirtschaften in Frankreich, Italien und Spanien mit Rückgängen von 10% und mehr betroffen. Gleiches gilt auch für Großbritannien.

itelligence erwirtschaftete 2020 56,7% der Konzernumsatzerlöse in den Staaten des Euroraums nach 58,8% im Vorjahr.

Auch die US-Wirtschaft schrumpfte pandemiebedingt im Jahresverlauf um -3,4% (Vorjahr: +2,2%). Hier fand der Einbruch vor allem in der ersten Jahreshälfte statt, verbunden mit einem massiven Anstieg der Arbeitslosenzahlen, während dann in der zweiten Jahreshälfte dank zahlreicher geld- und fiskalpolitischer Maßnahmen und vergleichsweise geringer behördlicher Einschränkungen eine recht dynamische Erholung einsetzte.

In den USA und Kanada erwirtschaftete itelligence 11,5% (Vorjahr: 13,2%) der Konzernerlöse.

Auch im Jahr 2020 haben erhebliche innen- und wirtschaftspolitische Verwerfungen der Türkei weiter zugesetzt. Dies hat sich auch sehr deutlich im Wechselkurs der türkischen Lira im Verhältnis zum Euro niedergeschlagen.

itelligence erzielte im Jahr 2020 in der Türkei 5,0% (Vorjahr: 5,0%) der Konzernumsatzerlöse.

In Brasilien wurde die Wirtschaft durch starke finanzielle Impulse gestützt. Nach regionalen Lockerungen setzte in der zweiten Jahreshälfte eine Erholung des Wirtschaftswachstums ein. Allerdings führte der Anstieg der Staatsschulden und der Inflationsrate zu einer deutlichen Abwertung des brasilianischen Real. Das BIP ging um 4,5% zurück (Vorjahr: + 1,4%).

Infolge der Akquisition von FH erzielte itelligence im Jahr 2020 in Brasilien 2,5% (Vorjahr: 0,7%) der Konzernumsatzerlöse.

China war von der Pandemie als erstes Land betroffen, konnte jedoch als erstes Land die Ausbreitung des Virus eindämmen und nach einem starken Einbruch im ersten Quartal bereits im Jahresverlauf wieder auf Vorkrisenniveau zurückkehren, sodass auf Jahresbasis ein Wachstum von 2,0% erzielt wurde (Vorjahr: + 6,0%).

Der Anteil der Umsatzerlöse der itelligence AG in China ist gering und beträgt 0,7% (Vorjahr: 0,8%).

Obwohl die itelligence AG in Japan keine direkten Umsätze erzielt, ist die japanische Volkswirtschaft aufgrund der Konzernzugehörigkeit zu NTT DATA von großer Bedeutung für das Unternehmen. Es bestehen direkte und über Schwestergesellschaften entstandene Kundenbeziehungen zu japanischen Konzernen. Auch hier kam es pandemiebedingt zu einer Reduktion des BIP in Höhe von -5,1% (Vorjahr: +0,3%).

In diesem rezessiven Umfeld waren auch die Wechselkurse im Verhältnis zum Euro sehr volatil. Nahezu alle für itelligence relevanten Währungen haben im Vergleich zum Vorjahr bzw. im Jahresverlauf deutlich gegenüber dem Euro verloren. Darauf lässt sich ein erheblicher Teil des organischen Umsatzrückgangs zurückführen. So bewegte sich der Kurs des US-Dollars zum Euro im Jahresverlauf zwischen 1,070 und 1,228, zum Jahresende war der Euro rund 9% stärker als zum Jahresende 2019. Das britische Pfund lag zum Jahresende 2020 im Vergleich zum Vorjahresabschluss um etwa 6% niedriger. Gegenüber dem brasilianischen Real legte der Euro um rund 40% zu, während die Aufwertung des Euro im Vergleich zur türkischen Lira rund 35% betrug.

BRANCHENENTWICKLUNG IM JAHR 2020

Im Jahr 2020 sind laut Gartner Studie aus Oktober 2020 die weltweiten IT-Ausgaben um 5,4% gesunken (Vorjahr: +2,4%). Der für itelligence relevante Teilmarkt ist um 4,4% gesunken.

GESCHÄFTSVERLAUF UND WIRTSCHAFTLICHE LAGE

In der nachfolgenden Tabelle wird die Umsatzentwicklung in den Segmenten und den Umsatzbereichen gegenüber den jeweiligen Vorjahreswerten sowie die Ertragsentwicklung dargestellt:

Mio. EUR	1.1. – 31.12.2020	1.1. – 31.12.2019	1.10. – 31.12.2020	1.10. – 31.12.2019
Umsatzerlöse gesamt	**1.071,9**	**1.038,2**	**285,5**	**285,7**
Umsatz Bereiche				
Beratung	444,5	453,0	113,5	121,1
Lizenzen	68,6	67,3	31,4	26,0
Cloud Subscription	36,2	27,3	9,2	7,7
Managed Services	513,0	482,4	128,6	127,5
Sonstiges	9,6	8,2	2,8	3,4
Umsatz Segmente				
Deutschland/Österreich/Schweiz (DACH)	477,6	474,7	130,7	124,0
Westeuropa	160,4	162,7	42,7	45,7
Nord- und Osteuropa (NEE)	191,9	195,1	52,2	53,2
Amerika	176,9	174,7	44,2	51,6
Asien	57,0	23,3	13,4	8,6
Sonstiges	8,1	7,7	2,3	2,6
EBIT	18,6	28,6	10,6	10,5
EBIT-Marge	1,7%	2,8%	3,7%	3,7%
EBITA	32,0	38,4	17,4	12,9
EBITA-Marge	3,0%	3,7%	6,1%	4,5%
EBITDA	77,5	84,6	28,9	35,2
EBITDA-Marge	7,2%	8,1%	10,1%	12,3%
Ergebnis IFRS	1,6	14,4	2,1	4,5
Ergebnis pro Aktie in Euro / Anteil der Aktionäre itelligence AG	-0,13	0,32	0,09	0,07

UMSATZENTWICKLUNG

Umsatzentwicklung 2010 – 2020
Seite 102

Im Geschäftsjahr 2020 konnte itelligence trotz der erschwerten Bedingungen durch die Pandemie den Umsatz des vergangenen Jahres übertreffen. Die Umsatzerlöse stiegen von 1.038,2 Mio. EUR um +3,2% auf 1.072,0 Mio. Euro (währungskursbereinigt +5,3%). Das durchschnittliche Umsatzwachstum (CAGR) der vergangenen zehn Jahre beträgt 14,7%.

Umsatzerlöse nach Quartalen
Seite 103

Trotz der Pandemie konnte itelligence im Geschäftsjahr 2020 die Umsätze steigern, und vor allem im ersten Quartal den Umsatz des Vorjahres deutlich übertreffen. Im zweiten Quartal entwickelte sich der Umsatz zwar noch positiv, allerdings auf einem geringeren Niveau. Im dritten Quartal lag der Umsatz stark hinter dem Vorjahresquartal zurück, bevor er sich im vierten Quartal auf Vorjahresniveau stabilisieren konnte. Die 2020 akquirierten Gesellschaften trugen +6,1% zum Umsatzplus bei. Dieser Effekt ist neben den Akquisitionen aus dem Geschäftsjahr 2019 – bestehend aus den Gesellschaften in UK, Australien und Brasilien – auch auf die erstmalige Konsolidierung der Akquisitionen in Thailand, in Deutschland und der Gesellschaft in Finnland zurückzuführen. Das organische Wachstum lag bei -0,9%. Darüber hinaus belastete der Währungskurs die Umsatzentwicklung mit -2,0%.

Umsatzveränderung nach Segmenten, nach Bereichen
Seite 102

itelligence gliedert die Umsätze sowohl nach den Umsatzsegmenten als auch nach den Umsatzbereichen. Die entsprechenden Veränderungen zeigen die Graphiken auf Seite 102.

Im Geschäftsjahr 2020 verteilten sich die Umsätze wie folgt auf die Segmente: DACH 44,6% (Vorjahr: 45,7%), Westeuropa 15,0% (Vorjahr: 15,7%), Nord- und Osteuropa 17,9% (Vorjahr: 18,8%), Amerika 16,5% (Vorjahr: 16,8%), Asien 5,3% (Vorjahr: 2,2%) und Sonstige 0,8% (Vorjahr: 0,7%).

Auf die einzelnen Bereiche verteilen sich die Umsätze wie folgt: Beratung 41,5% (Vorjahr: 43,6%), Lizenzen 6,4% (Vorjahr: 6,5%), Cloud Subscription 3,4% (Vorjahr: 2,6%), Managed Services 47,9% (Vorjahr: 46,5%) sowie Sonstige 0,9% (Vorjahr: 0,8%).

Anteil wiederkehrendes Geschäft
Seite 103

In der Übersicht auf Seite 103 wird die Entwicklung des wiederkehrenden Geschäfts in den Geschäftsjahren 2010 bis 2020 detailliert für die einzelnen Bereiche Maintenance, Application Management und Managed Cloud sowie Cloud Subscription dargestellt.

UMSATZENTWICKLUNG IN DEN REGIONEN

Das umsatzstärkste Segment der itelligence AG, Deutschland/Österreich/Schweiz (**DACH**), steigerte die Erlöse um +0,6% auf 477,6 Mio. Euro (währungskursbereinigt: -0,1%). Darin enthalten ist das anorganische Wachstum durch die erstmalig ganzjährige Konsolidierung der XEGO-it mit 0,3 Mio. Euro.

Den stärksten absoluten Umsatzanstieg im Segment DACH erreichte der Bereich Managed Services, der um +5,5 Mio. Euro bzw. 2,2% von 255,7 Mio. Euro auf 261,2 Mio. Euro zunahm. Der Lizenzbereich konnte das Umsatzniveau des Vorjahres um +21,3% übertreffen. Der Lizenzumsatz erhöhte sich somit um +5,2 Mio. Euro von 24,4 Mio. Euro auf 29,6 Mio. Euro. Der Umsatz im Bereich Cloud

Subscription erhöhte sich ebenfalls von 7,6 Mio. Euro um +2,3 Mio. Euro auf 9,9 Mio. Euro (+30,3%). Durch den Einfluss der Pandemie reduzierte sich das Beratungsgeschäft um -6,8% von 183,6 Mio. Euro auf 171,2 Mio. Euro. Ausgesetzte bzw. verschobene Kundenprojekte waren der Auslöser für diese Entwicklung.

Im **SEGMENT WESTEUROPA** verringerten sich die Umsatzerlöse um -1,4% (währungskursbereinigt: -2,4%) von 162,7 Mio. Euro auf 160,4 Mio. Euro. Eine reduzierte Umsatzentwicklung war in allen Ländern zu beobachten.

Der Beratungsbereich im Segment Westeuropa wurde ebenfalls durch die Pandemie beeinflusst. Die Umsatzerlöse verringerten sich von 78,8 Mio. Euro auf 71,2 Mio. Euro. Dies ist eine Reduzierung von -7,6 Mio. Euro bzw. -9,6% (währungskursbereinigt: -2,4%). Aufgrund der Pandemie konnte in keinem Land das starke Niveau des Vorjahres erreicht werden.

Im Lizenz-Segment reduzierte sich der Umsatz von 14,5 Mio. Euro um -3,2 Mio. Euro auf 11,3 Mio. Euro. Das Segment Cloud Subscription verzeichnet einen starken Zuwachs von +3,5 Mio. Euro auf 11,3 Mio. Euro, was einer 44,9%igen Steigerung entspricht und auf die gute Entwicklung der Regionen Benelux, UK und Frankreich zurückzuführen ist. Der Bereich Managed Services verzeichnete ebenfalls einen Umsatzanstieg um +8,1% von 61,6 Mio. Euro auf 66,6 Mio. Euro. Der Anstieg ist hauptsächlich auf UK, Benelux und Frankreich zurückzuführen.

Das **SEGMENT NORD- UND OSTEUROPA** erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 191,9 Mio. Euro. Der Vorjahresumsatz wurde damit um -3,2 Mio. Euro oder -1,6% unterschritten. Währungskursbereinigt ergibt sich eine Umsatzsteigerung um +6,0%. Der Umsatzrückgang ist vor allem auf die Region Nordics mit -5,6 Mio. Euro und Russland mit -1,0 Mio. Euro zurückzuführen, wobei dies durch die positive Umsatzentwicklung in der Türkei +2,0 Mio. Euro und in der Tschechischen Republik +1,8 Mio. Euro zum Teil kompensiert werden konnte. Der Umsatzeffekt durch die Akquisition in Finnland mit einem Umsatz von +0,3 Mio. Euro, die in der Region Nordics enthalten ist, hat das oben genannte organische Wachstum nicht wesentlich beeinflusst.

Auch im Segment Nord- und Osteuropa ist die Auswirkung der Pandemie zu erkennen. Das Beratungsgeschäft lag mit 97,4 Mio. Euro um -2,1 Mio. Euro oder -2,1% unter dem Vorjahreswert von 99,5 Mio. Euro (währungskursbereinigt: +4,6%). Der Bereich Managed Services erreichte 74,5 Mio. Euro und liegt somit um -0,8 Mio. Euro hinter dem Vorjahreswert von 75,3 Mio. Euro. Die Umsatzentwicklung im Lizenzbereich blieb mit 10,5 Mio. Euro um -3,3 Mio. Euro hinter dem Vorjahreswert von 13,8 Mio. Euro zurück. Währungskursbereinigt läge der Umsatz um -1,5 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert.

Im **SEGMENT AMERIKA** wurde der Umsatz von 174,7 Mio. Euro im Vorjahr um +1,3% auf 176,9 Mio. Euro gesteigert. Währungskursbereinigt konnte der Umsatz um +4,1% gesteigert werden. Die Unternehmensgruppe FH in Brasilien konnte den Umsatzrückgang in den anderen Landesgesellschaften mehr als nur kompensieren.

Das Beratungsgeschäft verringerte sich in der Region von 76,7 Mio. Euro auf 72,3 Mio. Euro. Verschobene oder ausgesetzte Projekte in den USA (-13,9 Mio. Euro) und deren Effekt auf Indien (-1,0 Mio. Euro) konnten durch die positive Entwicklung der FH Gruppe mit 11,9 Mio. Euro aufgefangen werden. Das Managed-Services-Geschäft stieg von 75,6 Mio. Euro um +10,4 Mio. Euro auf 86,0 Mio. Euro. Neben dem Umsatzzuwachs in Brasilien (+6,8 Mio. Euro) und den USA (+1,8 Mio. Euro) konnten alle weiteren Gesellschaften ebenfalls ihren Umsatz weiter ausbauen. Das Lizenzgeschäft verringerte sich nur um -0,8 Mio. Euro von 12,9 Mio. Euro auf 12,1 Mio. Euro (währungskursbereinigt: -2,1%), was auf die positive Entwicklung in den USA zurückzuführen ist.

Im **SEGMENT ASIEN** wurden die Umsatzerlöse des Vorjahres überschritten und stiegen um +33,7 Mio. Euro von 23,3 Mio. Euro auf 57,0 Mio. Euro. Diese Umsatzsteigerung von +144,7% (währungskursbereinigt: +151,1%) konnte vor allem durch die Integration der Gesellschaft in Australien in 2019 und die Akquisition in Thailand (+21,6 Mio. Euro) realisiert werden.

Das Beratungsgeschäft lag mit einem Umsatz von 26,7 Mio. Euro um +16,7 Mio. Euro über dem Vorjahreswert von 10,0 Mio. Euro, was ebenfalls vor allem auf die Integration der Gesellschaft in Australien in 2019 sowie die Akquisition in Thailand (+12,5 Mio. Euro) zurückzuführen ist. Das Lizenzgeschäft stieg in Asien mit 4,6 Mio. Euro um +4,4 Mio. Euro (Vorjahreswert: 0,2 Mio. Euro). Davon entfallen 2,6 Mio. Euro Lizenzabschlüsse auf Thailand. Das Managed-Services-Geschäft erreichte einen Umsatz von 23,0 Mio. Euro und überstieg das Vorjahresniveau um +10,1 Mio. Euro (Vorjahr: 12,9 Mio. Euro). Währungskursbereinigt wäre der Umsatz des Managed-Services-Geschäfts um +83,4% gestiegen.

Das **SEGMENT SONSTIGES** enthält den Umsatz der ITC GmbH sowie die Umsätze der Recruit GmbH. Die Umsatzerlöse beider Gesellschaften liegen mit 8,1 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres von 7,7 Mio. Euro, was auf den guten Geschäftsverlauf der ITC GmbH zurückzuführen ist.

UMSATZENTWICKLUNG NACH GESCHÄFTSBEREICHEN

Die itelligence AG erwirtschaftete im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020 trotz der erschwerten Bedingungen eine Steigerung der Umsätze gegenüber dem Vorjahr.

Auftragsbestand
und Umsatz je Quartal
Seite 103

Der Umsatz im Bereich **BERATUNG** nahm im Vergleich zum Vorjahr um -1,9% (währungskursbereinigt: +0,2%) von 453,0 Mio. Euro auf 444,5 Mio. Euro ab. Die Pandemie wirkte sich vor allem im Beratungsbereich negativ aus. Eine geringere Auslastung der Berater, hervorgerufen durch ausgesetzte und verschobene Projekte, zeigte im In- und Ausland ihre Auswirkung. Die Akquisitionen der Gesellschaften in Thailand (+12,6 Mio. Euro) sowie der positive Effekt, dass in Australien (+8,7 Mio. Euro) und in Brasilien (+ 11,6 Mio. Euro) ein ganzes Geschäftsjahr konsolidiert werden konnte, kompensierten zum Teil die negative Entwicklung im Beratungsgeschäft.

Der **LIZENZUMSATZ** konnte um +1,3 Mio. Euro von 67,3 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf 68,6 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2020 leicht gesteigert werden und erhöhte sich somit um +1,9%.

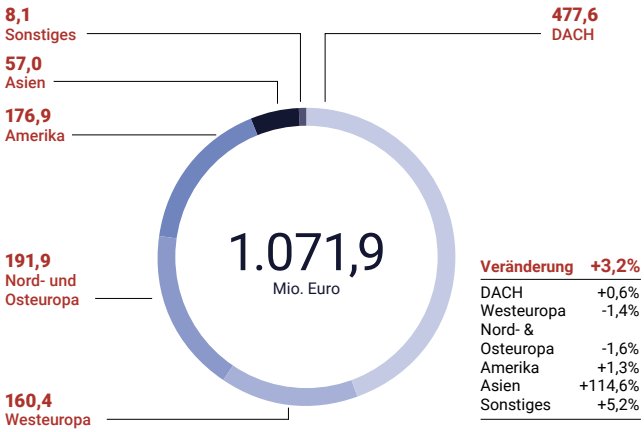
Das größte prozentuale Umsatzwachstum erzielte mit +32,6% der Umsatzbereich **CLOUD SUBSCRIPTION**. Mit 36,2 Mio. Euro ist dieses Segment um +8,9 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahreswert von 27,3 Mio. Euro gewachsen. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die positive Entwicklung in UK, Deutschland, Türkei und der Region Nordics zurückzuführen.

Der Bereich **MANAGED SERVICES** ist deutlich um +30,6 Mio. Euro von 482,4 Mio. Euro auf 513,0 Mio. Euro angestiegen. Diese Steigerung ist auf das volumenbedingte Wachstum in Deutschland, Frankreich und der Region Nordics und auf den Effekt aus der Akquisition in Thailand und Brasilien zurückzuführen.

Der Auftragsbestand der itelligence AG stieg von 1,032 Mrd. Euro um +9,6% auf 1,132 Mrd. Euro. Die Verhältniszahl von Auftragseingang zu Umsatzerlösen (Book-to-Bill Ratio) lag für das Jahr 2020 bei 1,09.

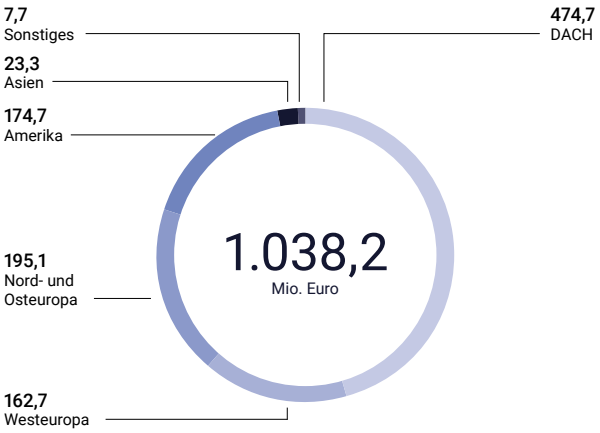
UMSATZ NACH REGIONALEN SEGMENTEN
Mio. EUR

2020



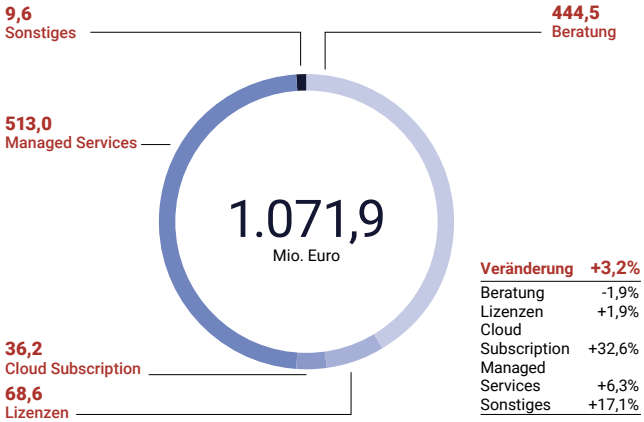
Veränderung	+3,2%
DACH	+0,6%
Westeuropa	-1,4%
Nord- & Osteuropa	-1,6%
Amerika	+1,3%
Asien	+114,6%
Sonstiges	+5,2%

2019



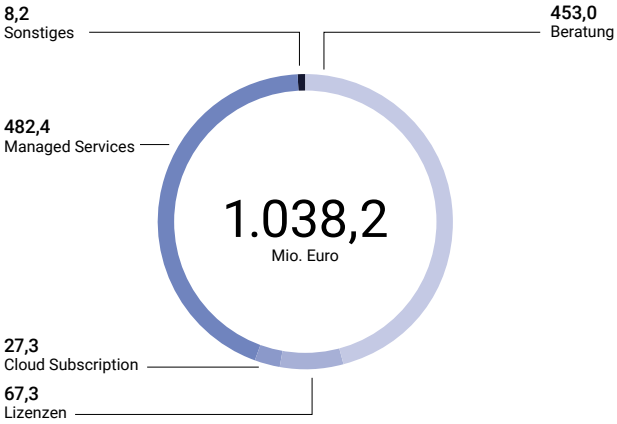
UMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN
Mio. EUR

2020

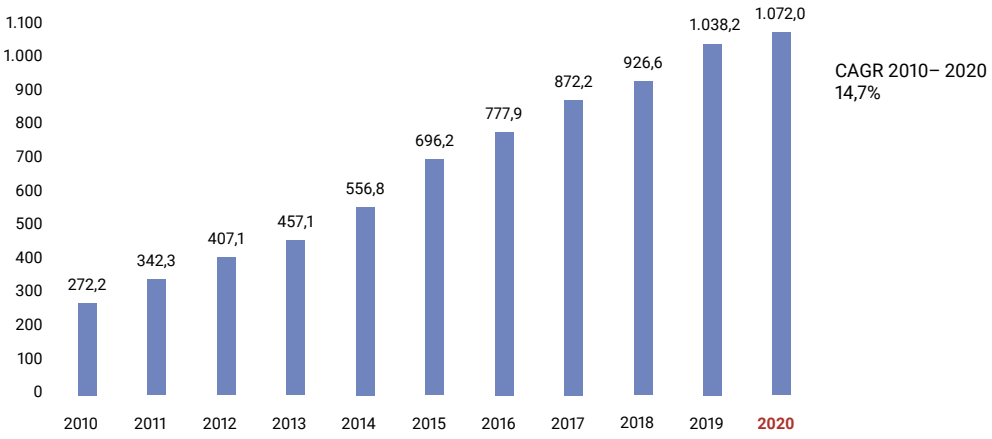


Veränderung	+3,2%
Beratung	-1,9%
Lizenzen	+1,9%
Cloud Subscription	+32,6%
Managed Services	+6,3%
Sonstiges	+17,1%

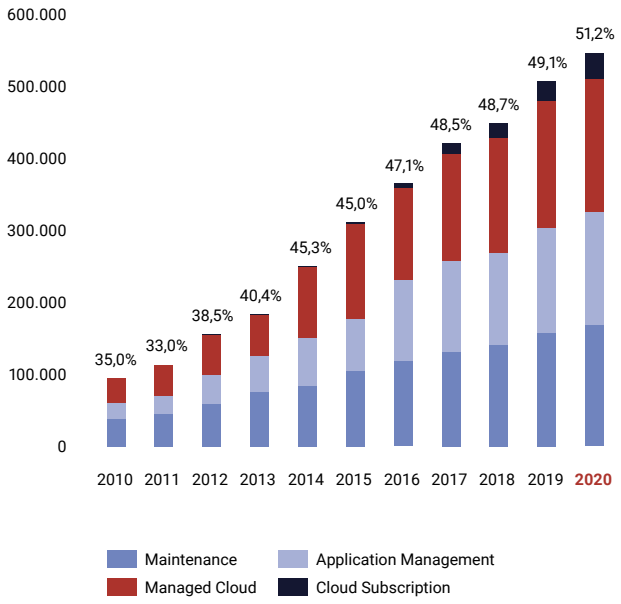
2019



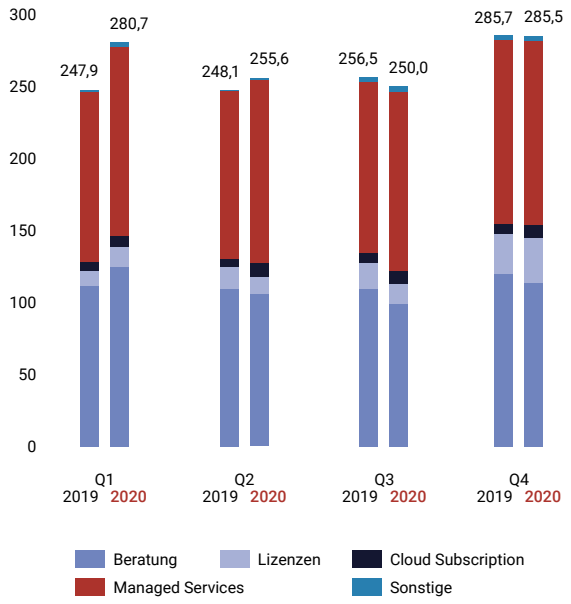
UMSATZENTWICKLUNG 2010 – 2020
Mio. EUR



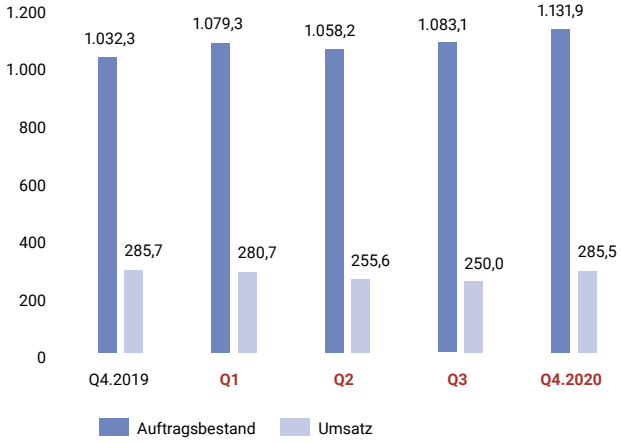
ANTEIL WIEDERKEHRENDES GESCHÄFT
am Gesamtumsatz in Mio. EUR



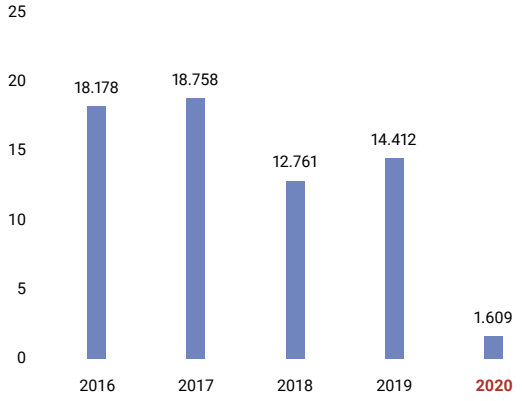
UMSATZERLÖSE NACH QUARTALEN
Mio. EUR



AUFTRAGSBESTAND & UMSATZ
je Quartal in Mio. EUR

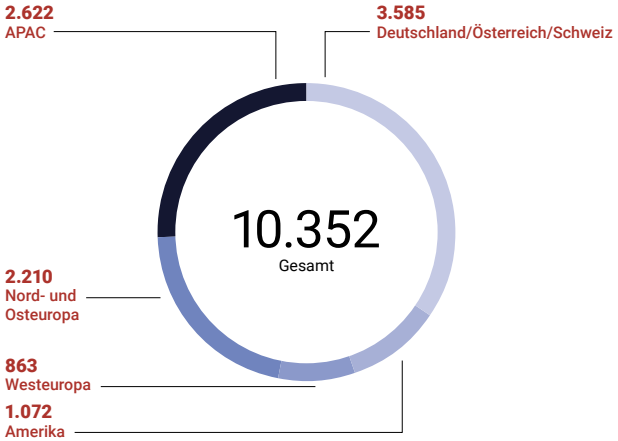


KONZERNÜBERSCHUSS
TEUR

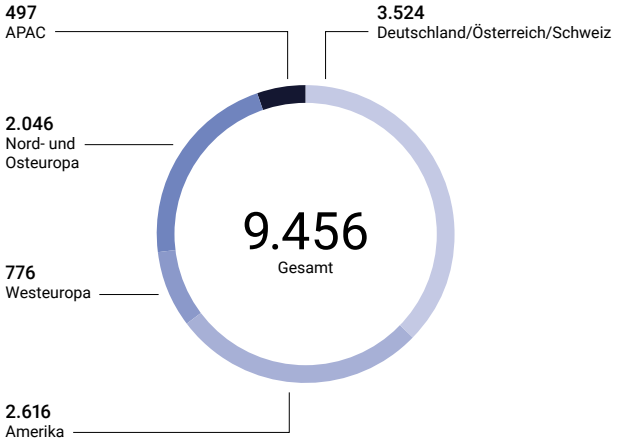


MITARBEITER NACH SEGMENTEN

2020

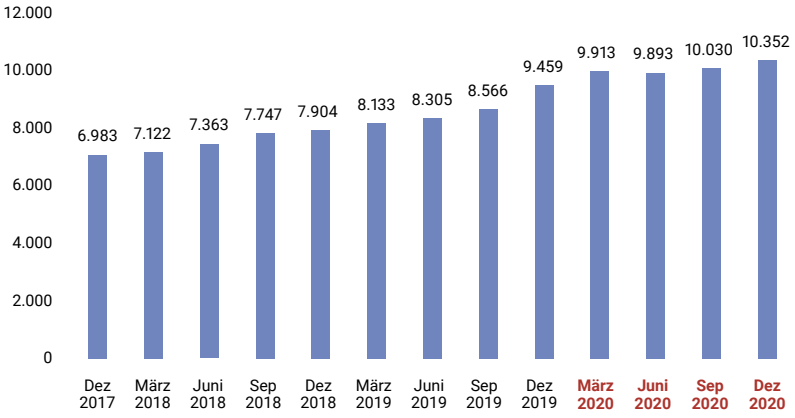


2019



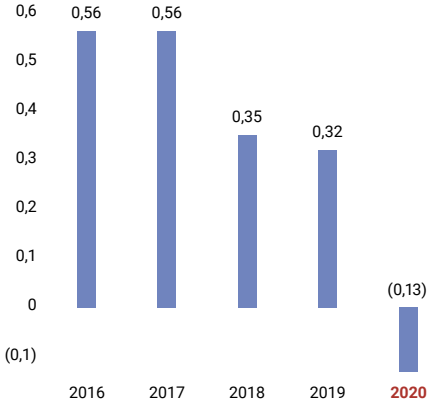
MITARBEITERENTWICKLUNG

jeweils zum Ende des Monats



GEWINN JE AKTIE

EUR



LAGE

ERTRAGSLAGE

Im Geschäftsjahr 2020 konnte die itelligence AG das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Amortisation (EBITA) gegenüber dem Vorjahr nicht verbessern. Die Pandemie, das strategische Investitionsprogramm sowie außergerichtliche Vergleiche in Höhe von 8,0 Mio. Euro wirkten sich negativ auf die Ertragslage aus. Coronabedingte Rückgänge im Bereich der Reise- und Werbekosten, eine an die Rahmenbedingung angepasste Einstellungspolitik sowie die Aktivierung von Entwicklungskosten nach IAS 38 in Höhe von 5,6 Mio. Euro konnten die Auswirkungen auf das EBITA nicht gänzlich kompensieren.

Das EBITA verringerte sich von 38,4 Mio. Euro in 2019 um -16,6% auf 32,0 Mio. Euro. Die EBITA-Marge beträgt damit 3,0% (Vorjahr: 3,7%) und liegt unter der Vorjahresprognose von 3,5 bis 4,0%. Im Gegensatz dazu konnte das operative EBITA (= EBITA vor strategischen Investitionen) im Vergleich zum Vorjahr um 7,8 Mio. Euro von 44,0 Mio. Euro auf 51,8 Mio. Euro gesteigert werden. Während im Vorjahr 5,6 Mio. Euro für die strategischen Investitionen anfielen, wurden im Berichtsjahr in Abstimmung mit den Gesellschaftern 19,8 Mio. Euro (Vorjahr: 5,6 Mio. Euro) in Maßnahmen zur langfristigen Rentabilitätssteigerung investiert. Die operative EBITA-Marge betrug somit 4,8% (Vorjahr: 4,2%) und erreichte damit nahezu den Prognosewert von 5,0%. Die EBIT-Marge liegt mit 1,7% um -1,1%-Punkte unter dem Vorjahreswert von 2,8%. Die Differenz zur EBITA-Marge von 1,3%-Punkten ist auf die planmäßige Amortisation der immateriellen Vermögenswerte in Höhe von 13,4 Mio. Euro (Vorjahr: 9,8 Mio. Euro) zurückzuführen. Aktivierte Auftragsbestände und Kundenbeziehungen werden über vertragskonforme Laufzeiten amortisiert.

Das EBITA im **SEGMENT WESTEUROPA** betrug im Geschäftsjahr 2020 10,4 Mio. Euro (Vorjahr: 11,1 Mio. Euro). In allen Gesellschaften war ein geringerer Ergebnisbeitrag zu verzeichnen, wobei das Ertragsniveau sich nach wie vor auf einem stabilen Niveau befindet.

Das EBITA im **SEGMENT DACH** lag in 2019 mit -4,5 Mio. Euro um -10,2 Mio. Euro hinter dem Wert des Vorjahres von 5,7 Mio. Euro. Die Gründe hierfür liegen zum einen in geringeren Ergebnisbeiträgen aus Deutschland und Österreich, die durch geringere Beratungsvolumina, außergerichtliche Vergleiche und Neubewertungen für Großprojekte entstanden sind, und zum anderen in strategischen Investitionen in Höhe von 15,3 Mio. Euro. Die strategischen Investitionen sollen die langfristige Profitabilität des Konzerns sicherstellen und wurden in der Region Deutschland verbucht.

Das **SEGMENT NORD- UND OSTEUROPA** erwirtschaftete ein EBITA von 15,4 Mio. Euro und damit den größten Ergebnisbeitrag auf Regionsebene. Damit liegt das EBITA um +1,8 Mio. Euro über dem Wert aus 2019 von 13,6 Mio. Euro. Höhere Profitabilität in der Region Nordics sowie die positiven Entwicklungen in Polen und der Tschechischen Republik verbesserten das Ergebnis insgesamt. Darüber hinaus wurde der Ergebnisbeitrag durch die erstmalige Konsolidierung der Akquisition in Finnland positiv unterstützt.

Das EBITA im **SEGMENT AMERIKA** lag mit 9,9 Mio. Euro um +1,8 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres von 8,1 Mio. Euro. Trotz der gestoppten und verschobenen Projekte in den USA konnte Indien seinen Ergebnisbeitrag weiter ausbauen. Darüber hinaus entwickelte sich das Geschäft in Brasilien weiterhin auf hohem Niveau.

Der Ergebnisbeitrag des **SEGMENTS ASIEN** stieg auf EBITA-Basis um rund +1,8 Mio. Euro auf +0,9 Mio. Euro nach -0,9 Mio. Euro im Vorjahr. Das Beratungsgeschäft in China wurde weiterhin durch Projektrisiken belastet, konnte aber durch die positive Entwicklung der Gesellschaft in Australien sowie die Akquisition in Thailand kompensiert werden.

Im **SEGMENT SONSTIGES** konnte der EBITA-Beitrag mit -0,2 Mio. Euro den Vorjahreswert nicht erreichen und lag um -0,9 Mio. Euro unter dem Wert in 2019.

FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis beträgt im abgelaufenen Geschäftsjahr -12,0 Mio. Euro nach -5,6 Mio. Euro im Vorjahr. Darin enthalten sind Finanzierungserträge für kurzfristige Geldanlagen in Höhe von 1,2 Mio. Euro (Vorjahr: 0,2 Mio. Euro) und Finanzierungsaufwendungen in Höhe von 5,5 Mio. Euro (Vorjahr: 5,9 Mio. Euro). Das Finanzergebnis beinhaltet darüber hinaus Aufwendungen und Erträge aus der Bewertung von Derivaten und der Ausübung von Optionen in Höhe von -7,6 Mio. Euro (Vorjahr: Aufwendungen von 0,2 Mio. Euro). Daraus ergibt sich ein EBT (Ergebnis vor Steuern) von 6,6 Mio. Euro nach einem Vorjahreswert von 22,9 Mio. Euro. Dies entspricht einem EBT-Rückgang von 71,4%.

STEUERAUFWAND

Der Steueraufwand belief sich im Geschäftsjahr 2020 auf 5,0 Mio. Euro nach 8,5 Mio. Euro im Vorjahr. Die Konzernsteuerquote lag mit 75,5% deutlich über dem Vorjahresniveau von 37,2%. Die Erhöhung der Steuerquote im Vergleich zu 2019 resultiert im Wesentlichen aus der fehlenden Nutzung von Verlustvorträgen. Weitere Informationen zu den Ertragsteuern sind in Textziffer (9) des Anhangs zum Konzernabschluss aufgeführt.

KONZERNÜBERSCHUSS UND ERGEBNIS JE AKTIE

Konzernüberschuss
Seite 103

Der Konzernüberschuss der itelligence AG reduzierte sich im laufenden Geschäftsjahr auf 1,6 Mio. Euro und lag damit um 12,8 Mio. Euro oder 88,8% unter dem Vorjahreswert von 14,4 Mio. Euro.

Gewinn je Aktie
Seite 104

Der Anteil des Konzernüberschusses, der den Aktionären der itelligence AG zuzurechnen ist, reduzierte sich von 9,7 Mio. Euro im Vorjahr auf -3,9 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2020. Analog ging das Ergebnis je Aktie zurück: Es betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr -0,13 Euro und reduzierte sich somit gegenüber dem Vorjahr um 0,45 Euro. Die Ermittlung erfolgte auf Basis von 30.014.838 Aktien.

VERMÖGENSLAGE

Angesichts des Wachstums der Unternehmensgruppe erhöht sich die Konzernbilanzsumme im abgelaufenen Geschäftsjahr um 47,5 Mio. Euro beziehungsweise um rund 5,6%.

AKTIVA Mio. EUR	**31.12.2020**	31.12.2019	Veränderung
Immaterielle Vermögenswerte	303,5	258,9	44,6
Sachanlagen	177,2	187,8	-10,6
Langfristige Forderungen und andere Vermögenswerte	12,9	9,4	3,5
Langfristige Vermögenswerte	**493,6**	**456,1**	**37,5**
Kurzfristige Forderungen und andere Vermögenswerte	304,5	288,0	16,5
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	101,9	108,4	-6,5
Kurzfristige Vermögenswerte	**406,4**	**396,4**	**10,0**
Gesamtvermögen	**900,0**	**852,5**	**47,5**

PASSIVA Mio. EUR	**31.12.2020**	31.12.2019	Veränderung
Eigenkapital (inkl. nicht beherrschende Anteile)	**283,6**	**275,4**	**8,2**
Finanzielle Verbindlichkeiten	223,3	206,6	16,7
Pensionsrückstellungen und sonstige Rückstellungen	11,9	10,9	1,0
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	20,3	11,7	8,6
Langfristige Schulden	**255,5**	**229,2**	**26,3**
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	74,2	82,9	-8,7
Finanzielle Verbindlichkeiten	112,7	115,3	-2,6
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten, Rückstellungen und sonstige Schulden	174,0	149,7	24,3
Kurzfristige Schulden	**360,9**	**347,9**	**13,0**
Gesamtkapital	**900,0**	**852,5**	**47,5**

Die langfristigen Vermögenswerte lagen bei 493,6 Mio. Euro und stiegen damit um 8,2% gegenüber dem Vorjahreswert von 456,1 Mio. Euro. Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen betrug zum Stichtag 54,8% (Vorjahr: 53,5%). Die wesentlichen Positionen in den langfristigen Vermögenswerten sind die Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 237,9 Mio. Euro (Vorjahr: 222,4 Mio. Euro) sowie die Sachanlagen in Höhe von 177,2 Mio. Euro (Vorjahr: 187,8 Mio. Euro). Insbesondere die Erwerbe der

- 100%igen Mehrheitsbeteiligung an Pasafin Oy, Finnland sowie
- 51%igen Mehrheitsbeteiligung an My Supply Chain Group LLC, USA

führten zu einer deutlichen Erhöhung der Geschäfts- oder Firmenwerte um 58,4 Mio. Euro. Gegenläufige Effekte aus Kursdifferenzen und Umbuchungen von Auftragsbeständen und Kundenbeziehungen reduzierten den Geschäfts- oder Firmenwert um -42,9 Mio. Euro.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen zum Ende des Berichtszeitraums auf 406,4 Mio. Euro nach 396,4 Mio. Euro im Vorjahr. Ihr Anteil am Gesamtvermögen lag damit bei 45,2% (Vorjahr: 46,5%). Am deutlichsten nahmen in diesem Bereich die sonstigen finanziellen Vermögenswerte, bedingt durch die beschlossene, aber noch nicht gezahlte Kapitalerhöhung, zu. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich im Vergleich zum Vorjahr um 11,0% von 217,7 Mio. Euro auf 193,9 Mio. Euro in Folge eines verbesserten Forderungsmanagements. Die durchschnittliche Außenstandsdauer der Forderungen (Days Sales Outstanding) – definiert als durchschnittliche Anzahl der Tage von Rechnungsstellung bis zum Eingang der Kundenzahlung – sank zum Stichtag um 1 Tag auf 84 Tage (Vorjahr: 85 Tage). Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente verringerten sich leicht auf 101,9 Mio. Euro nach 108,4 Mio. Euro im Vorjahr.

Auf der Passivseite der Konzernbilanz erhöhte sich das Eigenkapital hauptsächlich durch Kapitalerhöhungen um 39,8 Mio. Euro sowie dem Anstieg der Minderheiten um 18,7 Mio. Euro. Gegenläufig wirkte der Rückgang des sonstigen Eigenkapitals, welches insbesondere durch vereinbarte Put-Call-Optionen im Rahmen der Akquisitionen um insgesamt -46,4 Mio. Euro gesunken ist. Der Bilanzgewinn war mit -3,9 Mio. Euro rückläufig. Insgesamt stieg das Eigenkapital um 8,2 Mio. Euro auf 283,6 Mio. Euro (Vorjahr: 275,4 Mio. Euro). Die Eigenkapitalquote, also der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme, war rückläufig von 32,3% im Vorjahr auf 31,5%.

Der Anteil der langfristigen Schulden an der Konzernbilanzsumme lag zum 31. Dezember 2020 mit 28,4% über dem Vorjahresniveau von 26,9%. Generell dienen die langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten überwiegend der Finanzierung der Rechenzentren im In- und Ausland sowie der Akquisitionstätigkeit.

Im Bereich der kurzfristigen Schulden verzeichnete itelligence ebenfalls einen Anstieg um 13,0 Mio. Euro auf 361,0 Mio. Euro. Dies resultiert aus gestiegenen sonstigen nichtfinanziellen Verbindlichkeiten zum Jahresende. Die Reduzierung der finanziellen Verbindlichkeiten wurde im Wesentlichen verursacht durch die verringerten Inanspruchnahmen der internationalen Cash-Pooling-Konten mit der NTT DATA Corporation. Die Inanspruchnahmen dienen zur Finanzierung des kurzfristigen Working-Capital-Bedarfs im In- und Ausland. Weitere Informationen zu den finanziellen Verbindlichkeiten sind in Textziffer (23) des Anhangs zum Konzernabschluss aufgeführt.

Die Erhöhung der sonstigen nichtfinanziellen Verbindlichkeiten ist hauptsächlich auf die Zunahme der Rückstellungen zurückzuführen. Dieses Wachstum resultiert vor allem aus höheren Gewährleistungsrückstellungen für noch zu erbringende Leistungen im Rahmen von Wartungsverträgen und kostenlosen Nacharbeiten in Kundenprojekten. Die Quote der kurzfristigen Schulden im Verhältnis zur Bilanzsumme liegt mit 40,1% unter dem Vorjahresniveau von 40,8%.

FINANZLAGE

CASHFLOW Mio. EUR	**31.12.2020**	31.12.2019	Veränderung
EBITDA	77,4	84,6	-7,2
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	98,9	67,3	31,6
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-35,8	-61,4	25,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-61,9	18,7	-80,6
Veränderung der Liquidität	**1,2**	**24,6**	**-23,4**

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 31,6 Mio. Euro auf 98,9 Mio. Euro. Diese Entwicklung ist unter anderem auf das Working Capital Management im Berichtsjahr zurückzuführen, was sich auch in der weiteren Reduzierung der DSO auf 84 Tage zeigt.

Die Mittelverwendung im Rahmen des Cashflows aus Investitionstätigkeit lag mit 35,8 Mio. Euro deutlich unter dem Vorjahreswert von 61,4 Mio. Euro. Hier wirkten sich insbesondere Kaufpreiszahlungen für den Erwerb der neuen Gesellschaften (abzüglich übernommener Finanzmittel) in Höhe von 5,2 Mio. Euro (Vorjahr: 41,4 Mio. Euro) aus. Der Mittelabfluss für immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betrug nach Abzug von Investitionszulagen und -zuschüssen im Berichtszeitraum 34,0 Mio. Euro nach einem Vorjahreswert von 20,0 Mio. Euro. Die Investitionen in Sachanlagen resultieren wie auch in den vorherigen Jahren im Wesentlichen aus der Erweiterung der Rechenzentrumskapazitäten im In- und Ausland.

Die Investitionen inklusive Finanzierungsleasing wurden vor allem in den Segmenten Amerika mit 4,5 Mio. Euro (Vorjahr: 3,3 Mio. Euro), DACH mit 18,7 Mio. Euro (Vorjahr: 33,3 Mio. Euro), Westeuropa mit 2,6 Mio. Euro (Vorjahr: 11,0 Mio. Euro) und Nord- und Osteuropa mit 12,8 Mio. Euro (Vorjahr: 8,4 Mio. Euro) getätigt.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug insgesamt -61,9 Mio. Euro (Vorjahr: Mittelzufluss 18,7 Mio. Euro). Im Geschäftsjahr 2020 nahm der Konzern Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 136,1 Mio. Euro auf. Dem gegenüber standen Tilgungen in Höhe von 191,5 Mio. Euro, Auszahlungen für den Erwerb nicht beherrschender Anteile in Höhe von 4,2 Mio. Euro sowie Mittelabflüsse durch Finanzleasing in Höhe von 32,2 Mio. Euro. Die Aufnahme der langfristigen Finanzverbindlichkeiten diente vor allem den Akquisitionen und den Investitionen in Rechenzentren. Die Zinssätze variieren von 0,25% bis 2,75%. Eine Veränderung des Zinsniveaus hätte aufgrund der Festzinsvereinbarungen bei bestehenden Finanzierungen für den itelligence-Konzern keinen wesentlichen Einfluss auf die Finanzlage. Für zukünftige Wachstumsfinanzierungen hätte eine Veränderung des Zinsniveaus einen Einfluss auf die Finanzlage und das Zinsergebnis des Konzerns. Zur Art, Fälligkeit und Zinsstruktur der Verbindlichkeiten wird auf die Textziffer (23) Finanzielle Verbindlichkeiten im Konzernanhang verwiesen.

Die liquiden Mittel reduzierten sich zum Ende des Berichtszeitraums um 6,5 Mio. Euro auf 101,9 Mio. Euro (Vorjahr: 108,4 Mio. Euro). Von den Zahlungsmitteln wurden 27,7 Mio. Euro in der Eurozone gehalten und unterlagen keinen Wechselkurseinflüssen. Die außerhalb der Eurozone gehaltenen Zahlungsmittel in Höhe von 74,2 Mio. Euro wurden in landesspezifischen Währungen angelegt und bilanziert. Die Umrechnung erfolgte zum Jahresende zum Stichtagskurs. Hier wird es auch zukünftig zu Wechselkursveränderungen im Rahmen der Konsolidierung zum Konzernabschluss kommen. Die Liquiditätsreserven wurden im Konzern ausschließlich kurzfristig angelegt. Daher beeinflussen marktbedingte Schwankungen der Zinssätze für kurzfristige Anlagen an den Geld- und Kapitalmärkten das Zinsergebnis von itelligence.

Zum Ausbau der finanziellen Flexibilität wurden im Inland zusätzlich Kreditlinien in Höhe von 18 Mio. Euro vereinbart, die im Berichtsjahr durch Avale und Kreditinanspruchnahmen in Höhe von 0,7 Mio. Euro genutzt wurden. Neben den Kreditlinien im Inland wurden auch im Ausland Kreditlinien für Tochtergesellschaften gezeichnet. Die Kreditlinien wurden in lokaler Währung mit einem Gesamtvolumen von 22,2 Mio. Euro vereinbart und teilweise durch Garantien der itelligence AG abgesichert. Die Kreditlinien dieser Tochtergesellschaften wurden zum Bilanzstichtag mit 14,6 Mio. Euro in Anspruch genommen.

Der Vorstand der itelligence AG geht davon aus, dass der Bestand an liquiden Mitteln in Höhe von 101,9 Mio. Euro in Verbindung mit Finanzreserven in Form verschiedener ungenutzter Kreditlinien zur Deckung des operativen Kapitalbedarfs ausreicht und – zusammen mit den erwarteten Cashflows aus der betrieblichen Tätigkeit – Schuldentilgungen und weitere geplante kurz- und mittelfristige Investitionen abdeckt. Darüber hinaus sichert die Partnerschaft mit NTT DATA die finanzielle Flexibilität des Konzerns.

GESAMTAUSSAGE ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

Im Jahr 2020 hat die itelligence AG ihre Wachstumsziele infolge der globalen Pandemie nicht erreichen können. Angestrebt war eine Steigerung der Umsatzerlöse auf 1,12 bis 1,13 Mrd. Euro (+7,8% bis +8,8%), tatsächlich erreicht wurde ein Wachstum von 3,2% auf 1,072 Mrd. Euro. Während der organische Umsatz um -2,9% zurückging, konnte durch Unternehmenszukäufe ein Umsatzwachstum von +6,1% erzielt werden. Negative Währungseffekte infolge des starken Euros haben überwiegend das organische Wachstum betroffen.

Die größten Umsatzrückgänge musste itelligence dabei im Consulting Segment in unseren Kernmärkten in Deutschland und den USA hinnehmen, die traditionell stark im Bereich Discrete Manufacturing und Automotive Supplier aufgestellt sind.

Die Eigenkapitalquote hat sich im Berichtsjahr auf 31,5% (Vorjahr: 32,3%) leicht reduziert. Zwar ist das Eigenkapital um 8,2 Mio. Euro gestiegen, gleichzeitig hat sich aber die Bilanzsumme um 47,5 Mio. Euro auf 900 Mio. Euro erhöht. Die liquiden Mittel sind ebenfalls nur leicht von 108,4 Mio. Euro in 2019 auf nun 101,9 Mio. Euro zurückgegangen, was in Anbetracht der globalen Pandemie positiv

hervorzuheben ist. So ist es gelungen, den Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit im Vergleich zum Vorjahr um 31,6 Mio. Euro auf 98,9 Mio. Euro zu erhöhen. Diese Entwicklung ist in erster Linie auf ein verbessertes Forderungsmanagement verbunden mit einer Reduktion der DSO auf 84 Tage zurückzuführen. Die Auszahlungen für Akquisitionen haben sich ebenfalls deutlich von 41,4 Mio. Euro im Jahr 2019 auf nun 5,2 Mio. Euro reduziert, sodass der Cashflow aus Investitionstätigkeit in Summe um 25,6 Mio. Euro geringer ausfällt. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug insgesamt -61,9 Mio. Euro (Vorjahr: Mittelzufluss 18,7 Mio. Euro). Wesentlich für die Veränderung ist die Neuaufnahme von Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 136,1 Mio. Euro bei gleichzeitiger Tilgung in Höhe von 191,5 Mio. Euro. Durch die Muttergesellschaft NTT DATA können unter Einhaltung globaler Autorisierungsprozesse Darlehen, Finanzierungen und auch Eigenkapitalerhöhungen für größere Investitions- und Akquisitionsvorhaben bereitgestellt werden. Der Vorstand bewertet die finanziellen Spielräume von itelligence als ausreichend stabil, um das angestrebte organische Wachstum im In- und Ausland zu finanzieren. Die wirtschaftliche Lage der itelligence AG beurteilt der Vorstand weiterhin als zufriedenstellend.

FINANZIELLE UND NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Die bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren der itelligence AG sind die Umsatzerlöse sowie die operativen Steuerungsgrößen EBIT und EBITA. Das EBIT ist definiert als das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern, das EBITA als das operative Ergebnis vor Amortisationen, Zinsen und Steuern.

Infolge des laufenden Effizienz-/Investitionsprogramms wird dabei unterschieden zwischen dem operativen EBITA und EBIT, welches die Performance vor dem Effizienz-/Investitionsprogramm misst, und dem EBITA und EBIT unter Berücksichtigung des laufenden Effizienz-/Investitionsprogramms. Diese Steuerungsgrößen werden im monatlichen Rhythmus dem Vorstand im internen Berichtswesen vorgestellt und mit ihm diskutiert, sodass bei Bedarf zeitnah Maßnahmen eingeleitet werden können.

Neben den oben genannten wichtigsten finanziellen Leistungsindikatoren verwendet die itelligence AG eine Vielzahl weiterer operativer Kennzahlen, mit denen die strategische Zielsetzung in Bezug auf Wachstum und Effizienzsteigerung gemessen wird. Dazu gehören Auslastungskennzahlen, Tagessatzentwicklung und Projektbudgeteinhaltung im Beratungsbereich sowie die Anzahl der Neukunden im Lizenz- und Wartungsgeschäft. Die Vertriebsaktivitäten werden in allen Geschäftsbereichen durch ein regelmäßiges Monitoring der Vertriebspipeline und der Entwicklung des Auftragsbestands zentral überwacht und gesteuert. Zudem werden folgende finanzbezogene Steuerungsgrößen verwendet:

- Finanzergebnis netto: Diese Steuerungsgröße gibt Auskunft über die Verzinsung der liquiden Mittel sowie über zu zahlende Zinsen für aufgenommene Fremdmittel. Im Mittelpunkt steht darüber hinaus die Bewertung von Derivaten und die Ausübung von Optionen.

- Day Sales Outstanding (DSO): Ein weiterer wichtiger Aspekt ist das Management des Umlaufvermögens (Working Capital Management) durch die Überwachung der Außenstandsdauer der operativen Forderungen. Die Außenstandsdauer der Forderungen (DSO) ist definiert als durchschnittliche Anzahl der Tage von Rechnungsstellung bis zum Eingang der Kundenzahlung.
- Steuerquote: Die Steuerquote entspricht dem Verhältnis des Ertragsteuernaufwands zum Ergebnis vor Ertragsteuern in Prozent.
- Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit, aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit: Die Kapitalflussrechnung der itelligence beschreibt, auf welche Weise die Gruppe Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erwirtschaftet und verwendet hat.

NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Mitarbeiter

Der Geschäftserfolg und Führungsanspruch der itelligence AG als strategischer SAP-Komplettdienstleister basiert im Wesentlichen auf hochqualifizierten und motivierten Mitarbeitern, die sich mit dem Unternehmen identifizieren.

Vor dem Hintergrund der Covid-19-Pandemie hat itelligence deshalb eine weltweite Befragung zu den veränderten Gegebenheiten des neuen Arbeitens durchgeführt. Hierbei ging es unter anderem um die Art und Weise, wie itelligence mit den Herausforderungen der Covid-19-Pandemie umgeht und um die Frage, ob die Mitarbeiter die Kundenanforderungen weiterhin vollständig erfüllen können. Die itelligence-Mitarbeiter bestätigten der itelligence-Gruppe einen sehr positiven Umgang mit der Covid-19-Pandemie und beinahe jeder Mitarbeiter konnte die Kundenanforderungen weiterhin vollständig erfüllen oder sogar übertreffen.

Kunden und Qualität

Die Zufriedenheit der Kunden ist für den Geschäftserfolg der itelligence-Gruppe von zentraler Bedeutung. Sie ist die Basis für eine vertrauensvolle Partnerschaft und eine langfristige Zusammenarbeit.

Der Erfolg von umfangreichen und komplexen Projekten hängt maßgeblich von einer qualitativ hochwertigen Umsetzung zu vereinbarten Budgets und Terminen ab. Um Planabweichungen vorzubeugen, die sich negativ auf die Ertragslage auswirken könnten, hat itelligence detaillierte und verbindliche Vorgaben etabliert, die sowohl für die Angebotserstellung als auch für das Projekt- und Qualitätsmanagement gelten.

Ein Beleg für die Qualität der Arbeit von itelligence sind die zahlreichen SAP-Auszeichnungen.

Forschung und Entwicklung

Da itelligence keine Forschung und Entwicklung im engeren Sinne betreibt, dienen insbesondere Innovationen im Bereich der Branchenlösungen zur effizienteren Implementierung von SAP dem Erhalt und Ausbau der internationalen Wettbewerbsfähigkeit.

ZUSAMMENSETZUNG DES VORSTANDES, DES AUFSICHTSRATES UND BESETZUNG WEITERER FÜHRUNGSFUNKTIONEN

(inhaltlich nicht geprüfte Lageberichtsangabe)

Die Themen Geschlechtergerechtigkeit und Diversity haben eine große Bedeutung für den itelligence-Konzern. Durch zahlreiche Maßnahmen und Aktionen weltweit wird die Vielfalt in der Belegschaft gefördert. Der itelligence-Konzern nimmt an zahlreichen Programmen zur Förderung von weiblichen Nachwuchskräften teil und fördert Maßnahmen zur Vereinbarung von Familie und Beruf. In verschiedenen Ländern wurden Gesellschaften des itelligence-Konzerns externe Auszeichnungen für die Familienfreundlichkeit verliehen. Der itelligence-Konzern zeigt seine Offenheit gegenüber der LGBTQ Community unter anderem durch die Unterstützung von Kampagnen und Aktionen während des Pride Month.

Nach dem Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst werden gemäß § 76 Abs. 4 AktG bzw. § 111 Abs. 5 AktG folgende Zielgrößen für die Zusammensetzung des Vorstandes, des Aufsichtsrates sowie für die Besetzung von weiteren Führungsfunktionen angegeben:

Derzeit beträgt die Frauenquote im Aufsichtsrat (sechs Mitglieder) und im Vorstand (zwei Mitglieder) Null. Da derzeit keine Frau Mitglied des Aufsichtsrats oder Mitglied des Vorstands ist und keine Veränderung geplant ist, wurde keine höhere Zielgröße festgelegt. Die Gesellschaft ist jedoch bestrebt, durch die strategische Verankerung von Geschlechtergerechtigkeit und Diversity die Frauenquote im Aufsichtsrat und Vorstand zu erhöhen.

In der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstandes ist derzeit keine Frau vertreten. In der folgenden Führungsebene beträgt der Frauenanteil 9%. Das ist auf diesem wichtigen Management-Level nicht zufriedenstellend. Die Zielgröße für die nächsten fünf Jahre in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands ist 15%. Um dies zu ermöglichen, soll der derzeitige Anteil von Frauen in der weltweiten Gesamtbelegschaft des itelligence-Konzerns von 26,1% (Vorjahr: 25,2%) auf über 30% erhöht werden.

ABHÄNGIGKEITSBERICHT

Sämtliche Aktien der itelligence AG werden von der NTT DATA EUROPE GmbH & Co. KG mit Sitz in Bielefeld gehalten. Die NTT DATA EUROPE GmbH & Co. KG ist eine 100%ige Tochter der NTT DATA Corporation in Japan. Da mit der NTT DATA EUROPE GmbH & Co. KG weder ein Beherrschungs- oder Gewinnabführungsvertrag geschlossen noch eine Eingliederung beschlossen wurde, ist der Vorstand der itelligence AG zur Aufstellung eines Berichts über die Beziehung zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG verpflichtet.

Der Vorstand erklärt gemäß § 312 Abs. 3 AktG, dass die itelligence AG bei den im Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften und Maßnahmen nach den Umständen, die dem Vorstand zu dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden oder die Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bei jedem Rechtgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten hat und dadurch, dass die Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, nicht benachteiligt worden ist.

CHANCEN- & RISIKOBERICHT

CHANCEN- & RISIKOBERICHT

Das interne Kontrollsystem (IKS) der itelligence AG besteht im Wesentlichen aus dem konzernweit etablierten Controlling und der Finanzberichterstattung, dem Compliance Management der Internen Revision sowie dem konzernweiten Risikomanagement.

Die Vereinheitlichung des internen Prüfungs- und Berichtswesens im Konzern und innerhalb der NTT DATA-Gruppe wurde 2020 fortgesetzt und erheblich erweitert. Dabei wurden weitere Kontrollen in die Geschäftsprozessebene integriert, die in Risiko-Kontroll-Matrizen festgehalten und jährlich geprüft werden. Die Funktionsfähigkeit der Kontrollen im Geschäftsumfeld als auch in den internen IT-Systemen werden durch das Management jährlich überwacht und im Rahmen von externen und internen Audits überprüft.

In jährlichen Abständen wird die Risikoinventur aktualisiert und Maßnahmen entsprechend eingeleitet.

CHANCENMANAGEMENT

itelligence übernimmt als langfristiger Partner die Verantwortung für die Weiterentwicklung der IT-Initiativen und IT-Herausforderungen zur Wertsteigerung ihrer Kunden. In enger Partnerschaft mit SAP stellt itelligence Beratung, Software und Managed Services für die Kunden zur Verfügung. Die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit bilden weiterhin die SAP-Technologieführerschaft sowie die Branchenlösungen und das itelligence Prozess-Know-how.

Das erfolgreiche Geschäftsmodell von itelligence basiert auf dem Ansatz des Full-Service-Providers. Auf Basis des bestehenden Know-hows arbeitet itelligence an Verbesserungen in der Wertschöpfungskette seiner Kunden. Das Management sieht hierbei besondere Chancen in neuen Märkten mit entsprechenden Wachstumspotenzialen. Technologische Meta-Entwicklungen wie IoT, Industrie 4.0, Cloud Computing, S/4HANA und Mobility eröffnen darüber hinaus enorme nachhaltige Wachstumschancen für itelligence.

CHANCEN DER ZUKÜNFTIGEN GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Durch die technologischen Anforderungen der Kunden bieten sich itelligence zahlreiche wirtschaftliche Wachstumschancen. Fundament dafür sind vor allem die Innovationen der SAP-Produkte und deren Möglichkeiten, Prozesse weiter zu automatisieren. Ergänzt wird dies durch die internationale Kooperation mit der SAP SE. Durch die globalen Partnerschaften und ihre internationale Ausrichtung ist itelligence in der Lage, mittelständische Unternehmen und insbesondere Unternehmen des gehobenen Mittelstandes mit starker internationaler Ausrichtung im In- und Ausland intensiv zu betreuen.

Die Muttergesellschaft NTT DATA Corporation unterstützt dabei das Wachstum der itelligence AG. Die Kooperation mit NTT DATA in gemeinsamen Projekten sowie die Erschließung neuer Märkte stehen im Vordergrund der Aktivitäten. Darüber hinaus besteht vermehrt die Zusammenarbeit mit NTT DATA Schwestergesellschaften. Die Kapitalstärke im Verbund mit NTT DATA nutzt itelligence, um gezielt durch Akquisitionen Marktanteile auszubauen.

RISIKOMANAGEMENT

Gemäß § 91 Abs. 2 AktG hat der Vorstand der itelligence AG für den Konzern ein Risikomanagementsystem etabliert, um Risiken frühzeitig zu erkennen. Das Risikomanagementsystem ist als einer der wichtigsten Bestandteile der Geschäfts- und Entscheidungsprozesse unternehmensweit implementiert. Es enthält Kontrollen, die auf Basis einer definierten Risikostrategie ein permanentes und systematisches Vorgehen beinhalten. Dieses Vorgehen umfasst sowohl den integrierten Planungsprozess, der sowohl Top down als auch Bottom up umgesetzt wird, als auch die Überwachung und Steuerung der Unternehmensprozesse sowie der regelkonforme Konzernabschluss, der nach IFRS aufgestellt wird. In konzernweiten Richtlinien – wie dem Bilanzierungs- und Kontierungshandbuch, dem Compliance-Management und der Richtlinie zum Risikomanagement sowie der Informationssicherheitsrichtlinie – werden die definierten Standards festgehalten und publiziert und basieren auf den Anforderungen des NTT DATA-Konzerns.

Die Umsetzung der Anforderungen werden durch itelligence in Zusammenarbeit mit NTT DATA regelmäßig überprüft und kontinuierlich verbessert. Monatliche Management-Meetings, in denen die operativen Geschäftsbereiche über die Geschäftsentwicklung sowie die Chancen und Risiken ihres Verantwortungsbereiches informieren, werden durch Vertriebsmeetings sowie Full Call-Meetings in den Regionen bzw. Verantwortungsbereichen ergänzt und durch internationale Business-Review-Meetings abgerundet.

Über die angesprochenen operativen Prozesse hinaus wird das Chancen- und Risikomanagementsystem durch Ausschüsse ergänzt, in denen sich Vorstand und Aufsichtsrat regelmäßig treffen.

Des Weiteren ist die NTT DATA Corporation bestrebt, ein globales und für alle Gruppenmitglieder einheitliches Prüf- und Berichtswesen zu etablieren. Ziel ist es, die für ein effizientes Chancen- und Risikomanagement erforderlichen Informationen in kürzester Zeit zu bündeln, auszuwerten und die aus den Ergebnissen gewonnenen Erkenntnisse für alle Gruppenmitglieder rechtzeitig nutzbar zu machen.

RISIKEN DER ZUKÜNFTIGEN GESCHÄFTSENTWICKLUNG

PANDEMIE

In Zeiten der Pandemie bestehen volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Risiken, deren Ausmaß auf die Konjunktur und somit auf die wirtschaftliche Entwicklung der Gesellschaft nur schwer abschätzbar ist. Kosteneffizienzprogramme können mögliche Umsatzeinbrüche nur zum Teil kompensieren. Somit bestehen branchenübergreifende Risiken, deren Ausmaß durch die Steuerung des Auftragseingangs und Auftragsbestands monatlich verfolgt und im Rahmen von Sales Calls auf Vorstandsebene nachgehalten werden.

UMFELDRISIKEN

SAP-Partnerschaft
Mit der Fokussierung von itelligence als IT-Komplettdienstleister im klassischen und gehobenen Mittelstand auf SAP ergibt sich eine hohe Abhängigkeit der itelligence AG vom Markterfolg der SAP-Produkte. Diese Abhängigkeit beeinflusst die Umsatz-, Ertrags- und Vermögenslage unmittelbar. Das SAP-Partnermodell stellt neben der unterstützenden Wirkung hinaus auch ein wirtschaftliches Risiko für itelligence dar. Solange SAP den Kunden leistungsstarke Produkte zur Verfügung stellt, kann itelligence diese Produkte bei den Kunden implementieren, wodurch sich die wirtschaftlichen Risiken von itelligence reduzieren.

Personalwirtschaftliche Chancen und Risiken
Der wesentliche Erfolgsfaktor der itelligence AG sind die qualifizierten Mitarbeiter und Führungskräfte, die in zahlreichen Projekten SAP-Produkte implementieren. Daher besteht die Notwendigkeit, diese Mitarbeiter zu binden und neue zu rekrutieren. Fehlende Qualifikationen für innovative Themen, veraltetes Know-how und unzureichende Motivation würden den Projekterfolg erheblich reduzieren.

Die betriebliche Aus- und Weiterbildung besonders in der Form von Online-Trainings stellt eine zeitnahe, ausgewogene und breitgefächerte Schulung der Mitarbeiter auf hohem Niveau sicher, die letztendlich das aktuelle Know-how vermittelt. Das internationale Management-Entwicklungsprogramm

fördert die Skills der Manager und der Projektmitglieder.

Obwohl in diese Maßnahmen investiert wird, kann nicht ausgeschlossen werden, dass qualifizierte Mitarbeiter das Unternehmen verlassen oder nicht genügend Mitarbeiter eingestellt werden können.

BRANCHENRISIKEN

Aus dem technischen Fortschritt ergeben sich nicht nur Chancen, sondern auch Branchenrisiken. Diese Risiken beeinflussen die Vermögens- und Ertragslage von itelligence. Es stehen folgende Risikoschwerpunkte im Fokus:

a) Kundenseitige Marktrisiken
Markteinflüsse der Kunden, wie z. B.: Konjunkturzyklen, Währungskursveränderungen, Liquiditätsengpässe in Zeiten der Pandemie, Veränderungen des Investitionsverhaltens der Kunden, die Unternehmenskonzentration, das Insolvenzrisiko der Kunden und ähnliches.

b) Lieferantenorientierte Marktrisiken
Von itelligence nachgefragte Lieferantenleistungen inklusive der Servicequalität und ähnliches.

Mit Hilfe der monatlichen Auftragseingangs- und Auftragsbestandsanalyse werden diese Entwicklungen überwacht. Trotz der intensiven Kunden- und Lieferantenbetreuung kann nicht vollständig sichergestellt werden, dass alle Entwicklungen frühzeitig vorhergesehen und zeitgerechte Maßnahmen eingeleitet werden.

LEISTUNGSWIRTSCHAFTLICHE RISIKEN

Projektrisiken
Grundsätzlich können das Projektrisiko und sich daraus ergebende negative Effekte auf die Vermögens- und Ertragslage nie vollständig ausgeschlossen werden. Mit Hilfe der permanenten Überarbeitung der Projektmethodik werden Projektleiter systematisch geschult. Ein wirksames Projektcontrolling gewährleistet die Transparenz der Projekte. Beginnend mit der Überwachung durch den Projektleiter wird das Projekt bis hin zu den Eskalationsregularien begleitet. Darüber hinaus arbeitet itelligence aktiv an der Reduzierung dieser Projektrisiken durch den Einsatz qualifizierter Mitarbeiter. Dadurch können alle Beteiligten Risiken rechtzeitig erkennen und entsprechende Gegenmaßnahmen einleiten.

Risiken im Bereich Managed Services
Das Risiko im Bereich Managed Services ist mit der hohen Verfügbarkeit und Zuverlässigkeit der angebotenen Rechenzentrums-Dienstleistungen verbunden. Dabei bilden vertragliche und gesetzliche Vorgaben die Grundlagen für die Planung der internen Ressourcen und Prozesse. Klare Definitionen der Zuständigkeiten, Schnittstellen und Arbeitsabläufe sichern die Einhaltung dieser Vorgaben, die

durch eine interne Auditabteilung permanent geprüft werden. Jeder Neukunde wird nach einem festgelegten Test- und Annahmeverfahren in die neue oder geänderte Technologie und Prozessstruktur integriert. Gleiches gilt auch für Bestandskunden. Dadurch werden die erwarteten Chancen und Risiken gründlich gegeneinander abgewogen.

Wie im vorhergehenden Jahr wurden auch 2020 die Audits erfolgreich absolviert. Dabei wurden die Dienstleistungen und Prozesse nach ISO/IEC 20000-1:2011 sowie ISO/IEC 27001:2013 zertifiziert. Das interne Kontrollsystem der itelligence Global Managed Services GmbH wurde im Testverfahren nach ISAE3402 ebenfalls erfolgreich geprüft. Ergänzt werden diese Zertifizierungen durch das Global-Partner-SAP-Hosting-Zertifikat. Im Rechenzentrumbetrieb wurden umfangreiche Sicherheitsmaßnahmen – von den Zutrittsmaßnahmen der Gebäude bis hin zum internen Berechtigungskonzept der verantwortlichen Mitarbeiter – und regelmäßige Sicherheits-Audits mit abschließender Rezertifizierung umgesetzt. Die Änderung der Europäischen Gesetzgebung zum Datenschutz stellt neue Herausforderungen an die Prozesse und technischen Maßnahmen im Rechenzentrumsbetrieb.

FINANZWIRTSCHAFTLICHE RISIKEN

Liquiditätsrisiken

Das zentrale Finanzmanagement der itelligence überwacht und steuert die globale Liquidität. Wöchentlich wird der Vorstand über die Liquidität inklusive einem Cash-Forecast informiert. Die konzernweite Überwachung der liquiden Mittel steht im Vordergrund der Analyse, sodass gegebenenfalls kurzfristige Maßnahmen eingeleitet werden können. Mit Hilfe der wöchentlichen Transparenz über die Forderungsbestände wird sichergestellt, dass zeitnahe Mahnungen ausgesprochen werden. Ein konstanter Bestand an liquiden Mitteln sowie Kreditlinien im In- und Ausland erhöhen die Sicherheit und Unabhängigkeit.

Marktbedingte Schwankungen der Zinssätze an den Geld- und Kapitalmärkten beeinflussen das Zinsergebnis der itelligence AG nur in begrenztem Umfang.

Preisänderungsrisiken

Der Wertschöpfungsprozess von itelligence erfolgt fast ausschließlich in der gleichen Währung oder auf Eurobasis. Somit ist das Währungsrisiko zwar vorhanden, bleibt aber auf der Ertragsseite begrenzt. itelligence überwacht die Währungskursschwankungsrisiken auf der Basis von Bilanzpositionen. Die Währungskursschwankungen der konzerninternen Forderungen und Verbindlichkeiten und das daraus resultierende Risiko werden kontinuierlich überwacht und dokumentiert.

Jährlich wird die Werthaltigkeitsprüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte durch die DCF-Bewertung durchgeführt. Dabei werden zur Diskontierung des Cashflows die durchschnittlichen Kapitalkosten herangezogen. Die Kapitalkosten können sich aufgrund aktueller Entwicklungen des Zinsniveaus verändern. Wesentliche Veränderungen aus der Werthaltigkeitsprüfung würden zu einer starken Beeinflussung der Ergebnisse führen.

Ausfallrisiken

itelligence überprüft in allen Landesgesellschaften die Insolvenzrisiken der Kunden. Dies gilt sowohl für Neukunden als auch für Bestandskunden. Nichtsdestotrotz kann dieses Risiko nicht ganz ausgeschlossen werden. Im Konzern werden daher alle Forderungen monatlich überwacht und in Abhängigkeit von der Altersstruktur Mahnungen ausgesprochen und letztendlich Wertberichtigungen gebildet. Ergänzt wird diese Maßnahme durch eine permanente Bonitätsprüfung, die auch die Risikovorsorge durch Einzelwertberichtigungen beinhaltet.

SONSTIGE RISIKEN

Politische Risiken

Als internationaler Dienstleister unterliegt itelligence auch internationalen politischen Einflüssen und deren Auswirkungen. Daher werden bei allen Investitionsentscheidungen, insbesondere bei Akquisitionen, die politischen Risiken berücksichtigt bzw. abgewogen.

Die Auswirkungen des Brexits auf den Geschäftsverlauf in UK ist nicht vorhersehbar. Aufgrund der derzeitigen Einschätzung der Gesellschaft können sich Auswirkungen auf die Investitionsentscheidungen ihrer Kunden mit entsprechenden Ergebnisauswirkungen ergeben. Da ein großer Teil der Wertschöpfung im Land selbst erbracht wird und die aktuelle Auftragslage in UK bisher nicht rückläufig ist, ist dieser Effekt zur Zeit noch nicht wesentlich.

Allgemeine Managementrisiken

itelligence unterliegt auch allgemeinen Managementrisiken. Um Fehlentscheidungen zu reduzieren, werden die Führungs-, Kontroll- und Steuerungssysteme kontinuierlich verbessert und auf allen Ebenen ausgebaut.

Auswirkungen der Coronapandemie

Seit Januar 2020 breitet sich das Coronavirus weltweit aus. Am 11. März 2020 wurde die Coronapandemie seitens der WHO offiziell zur Pandemie erklärt. In Abhängigkeit vom Verlauf der möglichen Ausbreitung können eigene Mitarbeiter sowie Mitarbeiter von Kunden betroffen sein, was zu Verzögerungen in den Projektrealisierungen führen kann und somit zu temporären Umsatzeinbußen. Zur Prävention wurden und werden alle Mitarbeiter weltweit mehrfach und regelmäßig über die Risiken aufgeklärt. Zudem wurden internationale Reisen grundsätzlich untersagt und nationale Reisen auf ein Minimum beschränkt. Durch den Einsatz von digitalen Kommunikationsmedien werden persönliche Kontakte mit Kunden vermieden und gleichzeitig Projekttätigkeiten weiter durchgeführt, sodass das Risiko von Umsatzeinbußen reduziert wird. Zudem können sich Zahlungsausfälle bei Kunden in betroffenen Industrien ergeben. Dieses Risiko wurde durch kundenindividuelle Anpassungen der Zahlungsbedingungen als auch durch eine erhöhte Risikovorsorge berücksichtigt. Neben den genannten Präventivmaßnahmen hat die itelligence AG zur Absicherung der wirtschaftlichen Ziele ein globales Effizienz- und Investitionsprogramm etabliert. Teil dieses Programms ist ebenfalls ein intensives Kostenmanagement. Das Top-Management der itelligence überwacht die weltweite Entwicklung und tauscht sich in wöchentlichen Meetings aus.

Gesamtrisiko

Zum Aufstellungszeitpunkt und in absehbarer Zeit sieht der Vorstand keine Einzelrisiken, die den Fortbestand des itelligence-Konzerns gefährden können. Auch aus der Gesamtsumme der Risiken lässt sich aus Sicht des Vorstands eine Gefährdung des itelligence-Konzerns zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts nicht erkennen.

RISIKOBERICHTERSTATTUNG IN BEZUG AUF DIE VERWENDUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

Die Risiken aus Finanzinstrumenten sind im Konzernanhang in Textziffer (30) sowie (33g) ausführlich erläutert.

PROGNOSEBERICHT

WIRTSCHAFTSPROGNOSEN FÜR DAS JAHR 2021

Infolge der globalen Coronapandemie ist das Bruttoinlandsprodukt der Weltwirtschaft im Jahr 2020 um -3,5% geschrumpft. Dies war die schlimmste Rezession seit der Weltwirtschaftskrise vor rund 90 Jahren.

Im Bericht vom Januar 2021 geht der Internationale Währungsfonds (IWF) von einem Wachstum der Weltwirtschaft in Höhe von 5,5% für das laufende Jahr aus. Diese Prognose basiert auf der Annahme eines erfolgreichen weltweiten Covid-19-Impf-Rollouts im ersten Halbjahr sowie weiterer politischer Stützungsmaßnahmen in den großen Volkswirtschaften.

Dabei geht der IWF davon aus, dass das prognostizierte Wachstum in den einzelnen Ländern/Regionen stark unterschiedlich ausfallen wird, beispielsweise in Abhängigkeit vom Zugang zu Impfstoffen und der Effizienz der landesspezifischen Impf-Rollouts sowie der Effektivität staatlicher Hilfsprogramme. Für den Euroraum wird deswegen von einem Wachstum von +4,2% ausgegangen. Die Prognose für Deutschland beträgt +3,5%, während für Frankreich und Spanien mit Wachstumsraten von mehr als +5% gerechnet wird. Für Großbritannien beträgt die Schätzung +4,5%.

Für die USA beträgt die Wachstumsprognose +5,1%, für Kanada und Brasilien werden jeweils +3,6% erwartet.

Eine deutlich größere Wachstumsdynamik sieht der IWF für die Volksrepublik China (+8,1%) und in Indien (+11,5%).

AUSSICHTEN SOFTWARE- UND IT-SERVICES-MARKT

Das Wachstum für den IT-Gesamtmarkt für 2021 wird von Gartner deutlich positiv mit bis zu 4,0% prognostiziert, allerdings ist der IT-Markt im Jahr 2020 im Vergleich zu 2019 auch um -5,4% geschrumpft. Die Prognose von Gartner aus Oktober 2020 geht deshalb davon aus, dass der IT-Markt im Jahr 2021 noch nicht ganz das Niveau des Jahres 2019 erreichen wird (-2%). Laut Gartner wird der IT-Services-Markt erst 2023 auf dem Wachstumsniveau wie vor der Pandemie sein. Nachfolgende Tabelle zeigt die von Gartner prognostizierten IT-Ausgaben nach jeweiligen Bereichen:

In Mrd. USD	2019		2020		2021	
	Ausgaben	Wachstum	Ausgaben	Wachstum	Ausgaben	Wachstum
Datencenter-Systeme	215	+1,0%	208	-3,1%	219	+5,2%
Unternehmenssoftware	477	+11,7%	459	-3,6%	492	+7,2%
Endgeräte	712	+0,3%	616	-13,4%	641	+4,0%
IT-Services	1.040	+4,8%	992	-4,6%	1.033	+4,1%
Kommunikations-Services	1.373	-0,6%	1.333	-2,9%	1.370	+2,8%
IT-Gesamtmarkt	**3.817**	**+2,4%**	**3.608**	**-5,4%**	**3.755**	**+4,0%**

Quelle: Gartner (Oktober 2020)

In 2020 ist der Software- und IT-Services-Markt deutlich weniger geschrumpft (-3,6% bzw. -4,6%) als der gesamte IT-Markt. Für das Jahr 2021 geht Gartner dann auch wieder von überproportionalen Wachstumsraten für diese beiden Bereiche aus, nämlich +7,2% für Unternehmenssoftware und +4,1% für IT-Services. Grund hierfür ist unverändert, dass Unternehmen weiter stark in die Digitalisierung ihrer Unternehmensprozesse investieren, immer stärker auch in der Cloud. Große Umwälzungen sind durch die Vernetzung von Produkten, Maschinen und Devices zu erwarten (Internet der Dinge). Auch die Anforderung große Datenmengen zu analysieren (Big Data) wird weiter zunehmen mit entsprechenden Implikationen für die unternehmensseitig eingesetzte Soft- und Hardware. Der digitale Wandel wird neue Geschäftsmodelle entstehen lassen und althergebrachte Herangehensweisen infrage stellen.

Allerdings sind auch diese Wachstumsprognosen stark abhängig vom weiteren Verlauf der globalen Coronapandemie.

VORAUSSICHTLICHE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG DER ITELLIGENCE AG

Aufgrund des hohen Auftragsbestands zum Jahresende 2020 in Höhe von 1,131 Mrd. Euro gegenüber 1,032 Mrd. Euro im Vorjahr (+9,6%) hat sich itelligence eine gute Ausgangsbasis für das Jahr 2021 geschaffen. Wie in den Vorjahren geht der Vorstand auch im Geschäftsjahr 2021 von stabilen Tagessätzen im Beratungsgeschäft aus.

Auch im Jahr 2021 wird die itelligence AG weiterhin von der digitalen Transformation profitieren. Die Segmente Unternehmenssoftware und IT-Services weisen auch zukünftig überproportional hohe Marktchancen auf. itelligence profitiert hier vom attraktiven Produktportfolio der SAP. Insgesamt geht die SAP von einem durchschnittlichen Wachstum des für SAP relevanten Softwaremarkts von 9,3% für die Jahre 2020 bis 2024 aus. Für 2021 sind aktuell +4,1% prognostiziert. Besonders stark wachsen soll das Segment Customer Relationship Management (+6,2% 2021, +14,0% 2020 bis 2024), in welchem sich die itelligence AG unter anderem durch den Erwerb von Sybit und Weaveability bereits in der Vergangenheit verstärkt hat. Besonderes Wachstums- und Ertragspotenzial sieht itelligence in der Entwicklung und dem Vertrieb eigener Produkte. Hierzu zählt insbesondere die Software Gepardo der FH Group in Brasilien. itelligence profitiert zunehmend auch von der Zusammenarbeit mit Schwesterfirmen der NTT/NTT DATA. Der Vorstand erwartet, dass sich diese Kooperationen in allen Regionen weiter intensivieren werden.

Für die itelligence AG wird insbesondere das Geschäft mit Kunden des Umsatzsegments von 1 Mrd. Euro bis 10 Mrd. Euro immer bedeutender. Diesem Kundenkreis will die itelligence AG ein attraktives Beratungsangebot zur S/4HANA-Transformation sowie innovative Lösungen aus dem weiteren SAP-Portfolio bieten. Insbesondere die S/4HANA-Transformation des bestehenden Kundenstamms bietet 2021 und in den nächsten Jahren gute Chancen für die Unternehmensgruppe.

Aufgrund der starken Marktposition der itelligence AG sowie des attraktiven Produktportfolios geht der Vorstand für das Jahr 2021 trotz der anhaltenden globalen Pandemie von einer Steigerung der Umsatzerlöse auf 1,083 bis 1,104 Mrd. Euro bzw. von 1,0% bis 3,0% aus. Auch im kommenden Jahr werden ein bis zwei kleinere bis mittelgroße Akquisitionen angestrebt.

Die nachhaltige Erhöhung der Profitabilität ist im Jahr 2021 die wichtigste Aufgabe der Unternehmensleitung. Hierzu hat der Gesamtvorstand abgestimmt mit dem Mutterkonzern NTT DATA im Oktober 2020 ein globales Effizienz-Programm („accelera7e“) aufgelegt. Das 2019 gestartete strategische Investitionsprogramm wurde in diesem Zusammenhang re-evaluiert und mit Blick auf 2021 auf die vielversprechendsten Maßnahmen fokussiert. In Abstimmung mit dem Gesellschafter sollen 2021 für beide Programme Investitionen zur langfristigen Rentabilitätssteigerung in Höhe von 15 bis 20 Mio. Euro durchgeführt werden. Dies entspricht wertmäßig den 2020 vorgenommenen Investitionen für das strategische Investitionsprogramm, wobei 2021 der Fokus ganz klar auf effizienzsteigernde Maßnahmen gerichtet ist.

Auf Basis der Budgetplanung strebt der Vorstand eine operative EBITA-Marge von mehr als 5% an, während die EBITA-Marge nach Berücksichtigung der Effekte aus dem Effizienz-/Investitionsprogramm zwischen 3,6% und 4,2% liegen soll. Auch für das Jahr 2021 ist es das erklärte Ziel des Vorstands keine Ausschüttung vorzunehmen, sodass sämtliche erwirtschafteten Gewinne weiterhin in den profitablen Ausbau der Geschäfte der itelligence AG investiert werden können.

Diese Prognosen unterstellen neben den zuvor genannten Einschätzungen der allgemeinen Marktentwicklung im Segment Unternehmenssoftware und IT-Services-Bereich ein insgesamt stabiles gesamtwirtschaftliches und weltpolitisches Umfeld.

Die tatsächlichen Ergebnisse können vor dem Hintergrund der immer noch anhaltenden Coronapandemie wesentlich von den Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung abweichen. Aus diesem Grund behält sich der Vorstand explizit eine Aktualisierung der Prognose nach Abschluss des ersten Halbjahres 2021 vor.

Erste positive Marktentwicklungen lassen sich in den ersten beiden Monaten 2021 beobachten und spiegeln sich auch in den Ergebnissen der itelligence AG wider.

Bielefeld, den 26. März 2021
itelligence AG

Norbert Rotter	Jürgen Pürzer
Vorstandsvorsitzender	Finanzvorstand

KONZERNGEWINN- UND -VERLUSTRECHNUNG

IFRS

TEUR	1.1.–31.12.2020	1.1.–31.12.2019
Umsatzerlöse	1.071.861	1.038.186
Umsatzkosten	-867.748	-827.514
Bruttoergebnis vom Umsatz	**204.113**	**210.672**
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	-94.028	-94.860
Verwaltungsaufwendungen	-88.650	-80.920
Sonstige betriebliche Erträge	8.364	3.201
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-6.515	-4.726
Wertminderung auf Forderungen aus Lieferung und Leistungen	-4.702	-4.797
Gesamte betriebliche Aufwendungen	-185.531	-182.102
Operatives Ergebnis	**18.582**	**28.570**
Beteiligungsergebnis	-161	14
Bewertung von Derivaten und Ausübung von Optionen	-7.581	178
Wechselkursdifferenzen aus Finanzierungen	2	-34
Finanzierungserträge	1.181	155
Finanzierungsaufwendungen	-5.459	-5.942
Finanzergebnis	-12.018	-5.629
Ergebnis vor Steuern	**6.564**	**22.941**
Steueraufwendungen	-4.955	-8.529
Konzernüberschuss	**1.609**	**14.412**
davon Anteil der Aktionäre der itelligence AG	-3.933	9.746
davon für nichtbeherrschende Anteile	5.542	4.666
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert, verwässert)	-0,13	0,32
Anzahl der Aktien auf Grundlage derer die Berechnung der Ergebnisse je Aktie erfolgte:		
– unverwässert, verwässert	30.014.838	30.014.838

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

IFRS

TEUR	1.1.–31.12.2020	1.1.–31.12.2019
Konzernüberschuss	**1.609**	**14.412**
Versicherungsmathematische Verluste IAS 19 *	1.279	-7.616
Währungskursänderungen **	-19.426	1.219
Steuereffekte	171	1.822
Sonstiges Ergebnis	**-17.976**	**-4.575**
Konzern-Gesamtergebnis	**-16.367**	**9.837**
davon Anteil der Aktionäre der itelligence AG	-17.726	5.207
davon für nichtbeherrschende Anteile	1.359	4.630

* Posten, der nie in den Gewinn oder Verlust umgegliedert wird

** Posten, der in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden kann

KONZERNBILANZ
IFRS

AKTIVA TEUR	**31.12.2020**	**31.12.2019**
Langfristige Vermögenswerte		
Goodwill	237.864	222.385
Immaterielle Vermögenswerte	65.621	36.574
Sachanlagen	177.216	187.794
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	5.785	3.218
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.310	3.656
Forderungen aus Ertragsteuern	129	0
Latente Steueransprüche	5.636	2.486
	493.561	**456.113**
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	891	828
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	192.544	214.091
Vertragsvermögenswerte	44.244	37.145
Forderungen aus Ertragsteuernn	9.309	7.084
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	32.966	3.599
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	2.755	5.390
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	101.914	108.394
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	21.849	19.894
	406.472	**396.425**
	900.033	**852.538**

PASSIVA TEUR	1.1.–31.12.2020	1.1.–31.12.2019
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	30.015	30.015
Kapitalrücklage	181.153	141.400
Bilanzgewinn	123.023	126.956
Kumuliertes übriges Eigenkapital	-120.827	-74.435
	213.364	**223.936**
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	70.221	51.487
	283.585	**275.423**
Langfristige Schulden		
Finanzielle Verbindlichkeiten	223.276	206.574
Latente Steuerschulden	14.203	6.183
Sonstige langfristige Rückstellungen	1.176	579
Pensionsrückstellungen	10.808	10.329
Zuwendungen der öffentlichen Hand	3.749	3.977
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	2.266	1.580
	255.478	**229.222**
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	74.158	82.936
Vertragsverbindlichkeiten	39.313	37.986
Finanzielle Verbindlichkeiten	112.746	115.323
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	19.415	9.644
Steuerverbindlichkeiten	7.838	4.224
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	2.873	3.188
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	104.627	94.592
	360.970	**347.893**
	900.033	**852.538**

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG

IFRS

TEUR	1.1.–31.12.2020	1.1.–31.12.2019
Konzernüberschuss	1.609	14.412
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	58.850	56.061
Eliminierung der Ergebnisse aus Anlagenabgängen	31	38
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	6.728	-11.301
Finanzergebnis	12.018	5.629
Steueraufwendungen	4.955	8.529
	84.191	**73.368**
Veränderung der Vorräte	-63	608
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	23.933	-4.619
Veränderung der sonstigen langfristigen Vermögenswerte	-2.407	-886
Veränderung der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte	328	2.247
Veränderung der Rechnungsabgrenzungsposten	-1.939	-560
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-9.901	1.878
Veränderung der Pensionsrückstellungen	-1.451	107
Veränderung der übrigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen	22.507	8.299
Veränderung latenter Steuern	72	0
	115.270	**80.442**
Erhaltene Zinsen	1.181	155
Erhaltene Dividenden	0	14
Gezahlte Zinsen	-5.662	-4.251
Gezahlte Steuern	-11.851	-9.063
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	**98.938**	**67.297**
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-33.863	-20.026
Erhaltene Investitionszuschüsse und -zulagen	0	1.654
Einzahlungen aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen	4.085	1.082
Nachträgliche Kaufpreiszahlungen	-868	-2.663
Auszahlungen für Akquisitionen (abzüglich übernommener Finanzmittel aus Unternehmenskäufen)	-5.173	-41.423
Cashflow aus Investitionstätigkeit	**-35.819**	**-61.376**
Dividenden an nicht beherrschende Anteile	-4.224	-1.841
Kapitalerhöhung	12.863	78.932
Auszahlung für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen	-15.237	-3.045
Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten	136.127	84.119
Tilgung von Finanzverbindlichkeiten	-191.464	-139.500
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	**-61.935**	**18.665**
Erhöhung liquider Mittel	1.184	24.586
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	-7.664	1.254
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Januar	108.394	82.554
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember	**101.914**	**108.394**

KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

IFRS

					Kumuliertes übriges Eigenkapital						
TEUR	Anzahl der Aktien	Grund-kapital	Kapital-rücklage	Bilanz-gewinn	Währungs-umrech-nungsdiffe-renzen	Übriges Eigen-kapital IAS 19	Übriges Eigen-kapital	Kumuliertes übriges Eigenkapital	Eigenkapital der Anteils-eigner der Muttergesell-schafter	Nicht-beherr-schende Anteile	Konzern-eigen-kapital
31. Dezember 2018	**30.014.838**	**30.015**	**62.468**	**117.210**	**-18.155**	**-1.070**	**-17.268**	**-36.493**	**173.200**	**19.049**	**192.249**
Konzernüberschuss				9.746					9.746	4.666	14.412
Versicherungsmathematische Verluste IAS 19						-5.794		-5.794	-5.794		-5.794
Fremdwährungsdifferenzen					1.255			1.255	1.255	-36	1.219
Konzern-Gesamtergebnis				**9.746**	**1.255**	**-5.794**	**0**	**-4.539**	**5.207**	**4.630**	**9.837**
Dividendenausschüttung										-1.841	-1.841
Kapitalerhöhung			78.932						78.932		78.932
Erwerb eines Tochterunternehmens mit nichtbeherrschenden Anteilen							-35.030	-35.030	-35.030	31.276	-3.754
Ausübung von Optionen (ohne Kontrollwechsel)							1.627	1.627	1.627	-1.627	0
Transaktionen mit Eigentümern			**78.932**				**-33.403**	**-33.403**	**45.529**	**27.808**	**73.337**
31. Dezember 2019	**30.014.838**	**30.015**	**141.400**	**126.956**	**-16.900**	**-6.864**	**-50.671**	**-74.435**	**223.936**	**51.487**	**275.423**
Konzernüberschuss				**-3.933**					**-3.933**	**5.542**	**1.609**
Versicherungsmathematische Verluste IAS 19						1.450		1.450	1.450		1.450
Fremdwährungsdifferenzen					-15.243			-15.243	-15.243	-4.183	-19.426
Konzern-Gesamtergebnis				-3.933	-15.243	1.450	0	-13.793	-17.726	1.359	-16.367
Dividendenausschüttung										-4.224	-4.224
Kapitalerhöhung			39.753						39.753		39.753
Erwerb eines Tochterunternehmens mit nichtbeherrschenden Anteilen							-34.721	-34.721	-34.721	23.721	-11.000
Ausübung von Optionen (ohne Kontrollwechsel)							2.122	2.122	2.122	-2.122	0
Transaktionen mit Eigentümern			**39.753**				**-32.599**	**-32.599**	**7.154**	**17.375**	**24.529**
31. Dezember 2020	**30.014.838**	**30.015**	**181.153**	**123.023**	**-32.143**	**-5.414**	**-83.270**	**-120.827**	**213.364**	**70.221**	**283.585**

PRÜFUNGSERGEBNIS

Zu dem vollständigen Konzernabschluss und Konzernlagebericht hat der Konzernabschlussprüfer einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

Der vollständige Konzernabschluss und Konzernlagebericht ist bei dem Betreiber des Bundesanzeigers eingereicht worden.

SERVICE & IMPRESSUM

Ansprechpartner

Finanzkommunikation

Katrin Schlegel, Leitung Mergers & Acquisitions
Telefon +49 5 21/9 14 48 106
Telefax +49 5 21/9 14 45 201
E-Mail katrin.schlegel@nttdata.com

Public Relations

Silvia Dicke, Pressesprecherin
Telefon +49 5 21/9 14 48 107
Telefax +49 5 21/9 14 45 201
E-Mail silvia.dicke@nttdata.com

Unternehmensadresse

NTT DATA Business Solutions AG
Königsbreede 1, 33605 Bielefeld
Telefon +49 5 21/9 14 48 0
Telefax +49 5 21/9 14 45 100
www.nttdata-solutions.com

Konzept

NTT DATA Business Solutions AG

Konzept, Design

visuphil®

Text

NTT DATA Business Solutions AG
Alex Jake Freimark
Daniel Schönwitz
wortwert

Fotografie

NTT DATA Business Solutions, S. 47–48, 53, 55, 57, 61–63, 65, 70, 79

Constantin Ranke, Portraits S. 3, 7–15, 19–23, 25–26, 28–31, 35–39, 41, 41, 43, 45

Shutterstock, S. 4, 18, 35, 39, 40, 45–46, 49, 50, 54, 57, 60, 64, 66–67, 69, 71

Wikipedia Commons, 66, 67

unsplash.com
Matt Benson, S. 6; Jezael Melgoza, S. 16;
Dakota Corbin, S. 32; Vino Li, S. 34;
Tapio Haaja, S. 53; Asoggetti, S. 58;
Kelly Sikkema, S. 72; Wolfgang Hasselmann, S. 76

NTT DATA
Trusted Global Innovator

We Transform. SAP® Solutions into Value

Die digitale Transformation hilft Unternehmen, ihr Potenzial voll zu entfalten. Vorausgesetzt, die Technologie arbeitet FÜR die Menschen, die sie nutzen. Wir von NTT DATA Business Solutions planen, implementieren, steuern und entwickeln kontinuierlich SAP-Lösungen für Unternehmen weiter – und dies im Sinne der Mitarbeiter.

Sie streben Veränderungen an, wollen wachsen, erfolgreicher werden? Wir haben weit mehr zu bieten als pures Fachwissen rund um SAP-Lösungen: Denn wir verstehen uns als ganzheitlicher IT-Strategie- und Innovationsberater. Als ihr Geschäftspartner heben wir die Möglichkeiten Ihres Unternehmens auf eine neue Ebene - mit den fortschrittlichsten Technologien. Gleichzeitig versprechen wir Ihnen eine reibungslose Umsetzung Ihrer Projekte. Durch unsere engen Verbindungen zu SAP und weiteren namhaften Partnern erhalten Sie Zugang zu den innovativsten Technologien und Entwicklungen. Als Teil der NTT DATA-Gruppe sind wir dazu in der Lage, Projekte in jeder Größenordnung zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen.

Sie können unsere Dienste in über 30 Ländern in Anspruch nehmen und wir haben seit unserem dreißigjährigen Bestehen tausenden von Unternehmen dabei geholfen, noch effizienter und produktiver zu werden. Unsere 10.000 Mitarbeiter sind global tätig und begleiten Sie auf Ihrem Weg zu einem Intelligent Enterprise – wo auch immer Sie damit beginnen möchten!

Sie wollen mehr erfahren?
Visit www.nttdata-solutions.com

SAP Platinum Partner

Copyright © 2021 NTT DATA Business Solutions

NTT DATA Business Solutions

Follow us on