

# Digital Enablement im Zeitalter von Hybrid Work: Wie PwC seine Kunden in der virtuellen Evolution begleitet.



# Das New Normal stellt die Unternehmen vor neue Herausforderungen

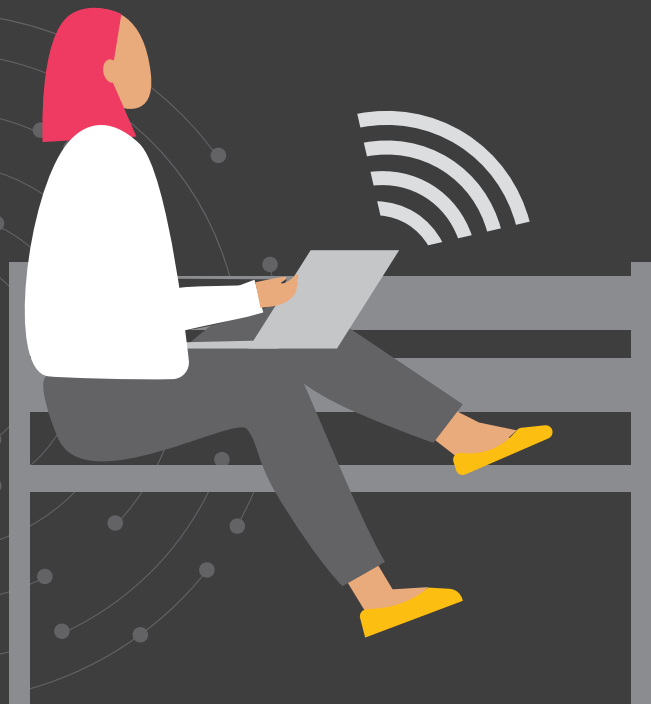
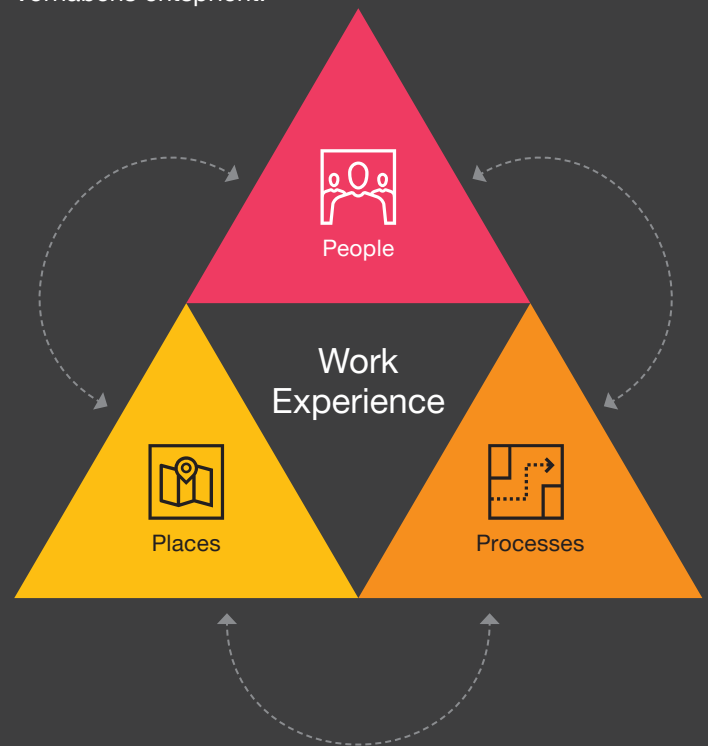
Weltweit können 54 Prozent der angestellten Berufstätigen ortsunabhängig arbeiten. 29 Prozent sind der Ansicht, in eigenen Land bestehe ein Fachkräftemangel für den eigenen Beruf, und 30 Prozent befürchten, in den kommenden drei Jahren durch Technologie ersetzt zu werden. Das sind einige der Kernergebnisse der aktuellen weltweiten PwC Arbeitsmarktsstudie „Hopes and Fears 2022“.

Diese Zahlen haben ein besonderes Gewicht für die digitalen Transformationsprojekte, die aktuell flächendeckend angestoßen werden oder bereits im Gange sind. Sie verdeutlichen nämlich, dass die Digitalisierung nicht nur notwendig ist, sondern auch Ängste und Sorgen mit sich bringt unter den Mitarbeitenden, die Unternehmen so dringend in Zeiten des Fachkräftemangels brauchen. Gleichzeitig hat sich das hybride Arbeitsmodell durchgesetzt und es wird herausfordernder, Menschen direkt und eng durch Transformationsprozesse zu begleiten.

Obwohl also Technologien verändert werden, spielt die menschliche Komponente die entscheidende Rolle für den Erfolg einer Transformation. Die Parameter, die jegliche Transformation ausmachen, lassen sich zunächst relativ leicht herunterbrechen. Wenn über Arbeit gesprochen wird, sind damit Menschen (Workforce), Orte (Workplace) und Prozesse (Work Type) gemeint. Je nachdem, wie die drei Parameter gesteuert, gelebt und belebt werden, ist der Strategic Intent einer Organisation für den Mitarbeitenden erlebbar und spürbar (Experience of Work).

Eine digitale Transformation, die dem Parameter „Work Type“ zuzuordnen ist, bedeutet also immer auch eine Transformation menschlicher und räumlicher Aspekte. Denn sie verändert, wie und wo Arbeit verrichtet wird. Die digitale Transformation kann nur funktionieren, wenn das WARUM – und damit der Strategic Intent – von Beginn an verständlich definiert und kommuniziert wird.

Neben der Frage, wie eine Transformation aus technologischer Sicht vollzogen werden kann, taucht also auch die Herausforderung auf, wie die Mitarbeitenden in einer hybriden Arbeitswelt durch die Transformation geleitet und begleitet werden können. Es muss ein flexibler Ansatz gewählt werden, der den individuellen Anforderungen des Vorhabens entspricht:



# E.tomics Framework: Individuelles Enablement Konzept für die digitale Transformation

Der PwC Digital Enablement Ansatz löst diese Aufgabe mit Hilfe eines modularen Systems, das aus digitalen und analogen Tools und Methoden besteht. Das e.tomics-Framework beschreibt ein End-to-End-Change Management-Vorgehen, das 18 Module umfasst und auf digitale Transformationsprojekte ausgerichtet ist. Die Module können entweder in ihrer gesamten Fülle oder einzeln genutzt werden. Sie basieren auf modernsten Prinzipien des Lernens, sowie den Best Practices des © Procsi Change Management Programms und stellen sicher, dass die Inhalte von den Nutzer:innen adaptiert werden.

Das Framework ist in sich ein agiles Modell und legt in der didaktischen Umsetzung einen Schwerpunkt auf die Vermittlung agiler Arbeitsweisen. Der Fokus auf menschliche Aspekte basiert auf der Ansicht, dass Empathie und ein gutes Verständnis der Nutzer:innen der Schlüssel für erfolgreiche Veränderungsprojekte ist. Der Einsatz von zukunftsweisenden Technologien wirkt zusätzlich als Treiber für erhöhtes Engagement und ermächtigt Mitarbeitende, Sicherheit im Umgang mit neuen Tools, Methoden und Systemen zu erlangen.

Je nach Breite eines Transformationsvorhabens, kann das e.tomics-Framework auch eine stärkere Gewichtung auf die Themen „Workplace“, „Strategic Intent“ oder „Experience of Work“ legen.



# Die digitale Transformation Ihres Unternehmens in vier Phasen

Unser Digital-Enablement-Ansatz umfasst vier Projektphasen:

1. Join the movement
2. Make them care
3. Help them learn
4. Keep them engaged

Während dieser Phasen werden verschiedene Maßnahmen aus unserem e.tomics-Framework umgesetzt. Die Phasen beginnen zeitlich versetzt, können sich aber auch überschneiden. Die Reihenfolge ist sequentiell, aber nicht immer modular und folgt dem forschungsbasierten Prosci ADKAR® Modell zur Ermöglichung individueller Veränderungen. Ziel ist es, die Mitarbeitenden in eine Bewegung zu versetzen, deren Kraft auf kulturellen und menschlichen Parametern basiert.

Die Mitarbeitenden sollten verinnerlichen, dass die Beziehungen zu Ihren KundInnen sowohl jetzt als auch in Zukunft das wertvollste Gut für das Unternehmen darstellen. Ihnen muss zudem vermittelt werden, dass die Kundenbeziehungen mithilfe von unterschiedlichen digitalen Lösungen revolutioniert werden können – eine digitale Plattform erlaubt einen vom Marketing über den Service bis zum Vertrieb komplett verzahnten 360-Grad-Blick auf die Kunden. Mit Hilfe von vielschichtigen Automatisierungsmöglichkeiten lassen sich zudem auch die Kundeninteraktionen noch individueller gestalten. Ihre Kunden stehen damit noch viel klarer im Mittelpunkt.

Die vier Phasen und die darin enthaltenen e.tomics können ohne größeren Aufwand **komplett virtuell** verlaufen.

Nachfolgend zeigen wir exemplarisch auf, wie PwC einzelne e.tomics gemeinsam mit Unternehmen umsetzen kann.

Die verschiedenen e.tomic Module sind zu jeder Zeit im Transformationsprojekt einsetzbar



## Phase 1 – Join the movement



### E.1 The why: Zeigen Sie Ihren Mitarbeitenden eine klare Vision auf

Mit diesem e.tomic legen Sie zu Projektbeginn den entscheidenden Grundstein für das Transformationsprojekt Ihres Unternehmens. Insbesondere in Zeiten von Home-office und New Work müssen Sie Ihren Mitarbeiter:innen eine klare Vision für die Zukunft aufzeigen:

- Welches sind die konkreten Ziele Ihrer digitalen Transformation?
- Wie kann ein neues Tool oder ein neuer Prozess die Arbeit im Unternehmen verändern?
- Warum ist die Veränderung notwendig?
- Worin besteht der persönliche Nutzen für die Mitarbeiter:innen?
- Wie ist der Zeitplan für die digitale Transformation?

Die Beantwortung dieser Fragen wird aufgrund der virtuellen Zusammenarbeit zu einer neuen Herausforderung; es erfordert konsequente Maßnahmen, damit Ihre Mitarbeitenden die Vision verinnerlichen. Dabei müssen Sie auch die verschiedenen Rollen und Bedürfnisse in Ihrer Belegschaft berücksichtigen. Eine wirkungsvolle Maßnahme besteht u. a. in der Einrichtung eines Change-Agent-Networks.



### E.3 Influence is key: Das Change-Agent-Netzwerk verankert die Veränderungsprozesse in den einzelnen Teams

Die Etablierung eines Change-Agent-Network gewährleistet den wichtigen Austausch der Mitarbeitende, auch außerhalb des Büros. Einflussreiche Ansprechpartner mit Plattform Kenntnissen (Change-Agents) leben die digitale Transformation in ihren Teams vor und tragen so zu einer nachhaltigen Veränderung bei.

Um eine Dynamik und breite Unterstützung für die anstehenden Veränderungen aufzubauen, ist es sinnvoll ein Change-Agent-Netzwerk im Unternehmen zu etablieren. Über einen klassischen Train-the-Trainer-Ansatz, der eher das technische Training im Fokus hat, hinaus werden durch die Einführung dieses unternehmens-internen Netzwerks die Verhaltensänderungen der Endnutzer:innen in den Mittelpunkt gestellt. Das Change-Agent-Netzwerk fördert Verhaltensänderungen, indem es sich rollen-basierte Einflüsse zunutze macht: Innerhalb des Netzwerks werden Change-Agents als Influencer bestimmt, also Mitarbeitende, die in der Lage sind, die Transformation voranzutreiben. Was sie auszeichnet:

- Die Change-Agents kennen sich mit den neuen Prozessen oder digitalen Tools aus.
- Sie tragen Neuerungen in ihre Teams, nehmen deren Feedback auf und kommunizieren es an die entsprechenden Rollen im Unternehmen.
- Sie sind die erste Anlaufstelle für ihre Teammitglieder bei relevanten Fragen zu der anstehenden Veränderung.
- Sie leben den digitalen Veränderungsprozess innerhalb des Teams vor und motivieren die Kolleg:innen zur Adoption des Tools.
- Sie tauschen sich mit anderen Change-Agents aus und potenzieren so das Wissen im Unternehmen.

Falls die Vor-Ort-Gespräche ausfallen müssen, bieten die Change-Agents regelmäßig virtuelle Sprechstunden an. In diesen Sprechstunden können beispielsweise Fragen via Video-Call geklärt oder Vorgänge im System anhand kurzer, prägnanter Live-Demos veranschaulicht werden.

Mit einem Change-Agent-Netzwerk schaffen Sie eine vom Arbeitsort unabhängige Basis für einen nachhaltigen Projekterfolg.





## Phase 2 – Make them care



### E.5 Create a movement: Überzeugen Sie die Mitarbeitenden vom digitalen Transformationsprojekt mit der richtigen Kommunikationsstrategie

Eine strukturelle Kommunikationsstrategie ist wichtiger Bestandteil eines erfolgreichen Transformationsprojekts. Die Mitarbeitenden müssen den persönlichen Nutzen des neuen Tools oder der neuen Prozesse erfassen. Kontinuierliche

projektbegleitende Beiträge wie Newsletter, Intranet-Beiträge oder persönliche Nachrichten aus der Führungsrunde fördern die Adoption des Tools und verschaffen einen Überblick über den Projektstand.

Unabhängig davon, ob ein Projekt-Roll-out physisch oder digital stattfindet, ist die Kommunikation im Unternehmen ein wichtiger Bestandteil eines jeden Transformationsprojekts. Eine gute Kommunikationsstrategie schafft Transparenz über den Projektablauf und verdeutlicht den Projektnutzen gegenüber den Mitarbeitenden. Personalisierte Kommunikation ist insbesondere in Zeiten von Hybrid Work wichtig, in denen der persönliche Austausch mit den Kolleg:innen aufgrund der räumlichen Distanzierung entfällt. Somit ist es mitunter sinnvoll, die verschiedenen Rollen innerhalb des Unternehmens differenziert anzusprechen. Anhand von personalisierten User Journeys können Sie den verschiedenen Rollen gezielt die Veränderungen aufzeigen:

- Wie wird die neue Plattform oder die neuen Prozesse die Arbeit der Vertriebs- Mitarbeitenden beeinflussen?
- Wie wird sich die tägliche Arbeit der Service-Abteilung verändern?
- Welche neuen Möglichkeiten erhalten die Marketing-Mitarbeitende?

Es empfiehlt sich, alle Kommunikationskanäle in einem Kommunikationsplan festzulegen, damit diese sowie die zu versendenden Botschaften aufeinander abgestimmt werden können. Hier sollte von Projektanfang bis -ende auf einen roten Faden in der Kommunikation geachtet werden, um einen effizienten und lückenlosen Informationsfluss während des digitalen Transformationsprojekts zu gewährleisten.





## E.6 Tone from the top: Bestärken Sie die Mitarbeitenden durch Botschaften aus der Führungsebene in der eigenen Veränderung

Führungskräfte spielen eine Schlüsselrolle bei der Erreichung von Veränderungsergebnissen. Daher empfehlen wir, dass sich die Unternehmensführung in regelmäßigen Leadership Messages an die eigenen Mitarbeitenden wendet und im Sinne des Tone from the top die Rolle von Befürworter und Champions der digitalen Transformation übernehmen. In diesen Leadership Messages sollte u. a.

- über den derzeitigen Projektstand informiert und ein Ausblick auf die kommenden Aktivitäten gegeben,
- den Mitarbeitenden für ihren bisherigen Beitrag gedankt und
- Vorfreude auf den Go-live geschürt werden.

Um die Führungskräfte auf diese neue Rolle angemessen vorzubereiten, empfiehlt sich gezieltes Führungskräfte-Coaching, sowie eine beständige Abstimmung und Zusammenarbeit mit dem Change Team.



## E.7 Listen and care: Wertschätzung als Bestandteil einer gelungenen Kommunikation

Bei der Auswahl Ihrer virtuellen Kommunikationskanäle sollten Sie auf Kreativität und Abwechslung achten, um Ihre Mitarbeitenden auf verschiedenen Wegen zu erreichen. Über klassische virtuelle Kanäle wie Blogs oder das Intranet können in Posts und Artikeln beispielsweise die Vorteile einzelner Funktionalitäten oder Prozesse erläutert werden. Aufgrund der neuen Anforderungen an eine gelungene Kommunikationsstrategie im Zeitalter von New Work sollten Sie zudem versuchen, die Mitarbeitenden durch besondere Aktionen zu begeistern:

- Versenden Sie kleine Care-Pakete, etwa mit Postern oder Tassen, um die Vorfreude auf den Go-live zu steigern.
- Veranstalten Sie regelmäßige Herausforderungen oder Quizze, in denen Ihre Mitarbeitenden gegeneinander antreten und kleine Preise gewinnen können.
- Ermöglichen Sie eine zweiseitige Kommunikation über Feedback-Kanäle, zum Beispiel innerhalb des Systems oder auf einer regelmäßig gepflegten FAQ-Seite.
- Veranstalten Sie zum Go-Live einen digitalen Go-Live Day mit verschiedenen Workshops, Herausforderungen und Gewinnspielen zur neuen Plattform, um die Einführung zu feiern.

Eine konsequente und kreative Kommunikationsstrategie, die die Führungskräfte mit einbezieht, ist essentiell für die Bewältigung der neuen digitalen Herausforderungen und bildet das Fundament für den Erfolg Ihrer digitalen Transformation. Wir unterstützen Sie gern bei der Konzeptionierung Ihrer Kommunikationsstrategie sowie bei der Erarbeitung einzelner Inhalte und Führungskräfte-coaching.



## Phase 3 – Help them learn



### E.8 Get running: Begeistern Sie die Mitarbeitenden mit einer abwechslungsreichen Trainingsstrategie und bringen Sie sie auf ein neues digitales Niveau

Eine abwechslungsreiche Trainingsstrategie fördert die Adoption der digitalen Tools von Mitarbeiterseite aus. Neben den klassischen und notwendigen Class-Room-

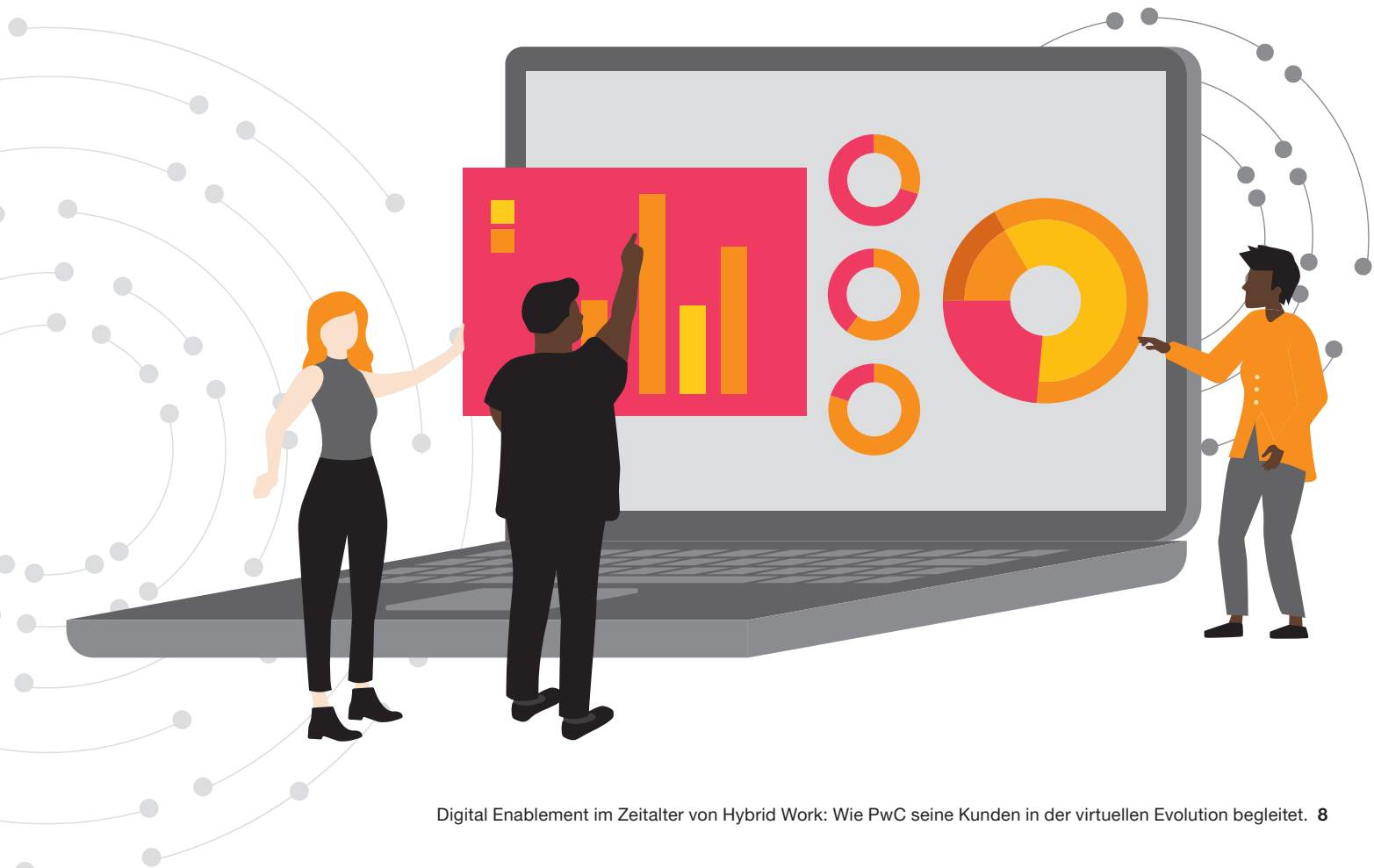
Trainings im Grundlagenbereich der Tools bieten sich hier vor allem interaktive Formate wie Escape-Rooms, virtuelle Schatzsuchen oder Challenges auf Lernplattformen an.

Ein Grundlagentraining in den Kernfunktionalitäten der neuen Systeme oder Prozesse ist elementar, damit die Endnutzer den größtmöglichen Nutzen aus der Einführung des Tools ziehen und es in ihren Arbeitsalltag integrieren. Die **Inhalte des Trainingsplans** sollten **an die verschiedenen Rollen und Bedürfnisse Ihrer Mitarbeitenden angepasst** werden. So erhalten beispielsweise Ihre Marketing- und Vertriebs-Expert:innen die jeweils für sie geeigneten Trainings.

Doch auch die Trainingsstrategie stellt die Unternehmen im Zeitalter von Hybrid Work vor neue Herausforderungen. Für die Mitarbeitenden im Homeoffice ist eine **dynamische und abwechslungsreiche Trainingsstrategie** erforderlich, damit diese auch außerhalb des Büros effizient geschult und ausreichend motiviert werden.

So können die Mitarbeitenden beispielsweise in **virtuellen Websessions** in das neue System eingeführt werden. Ein Vorteil hiervon ist, dass diese **aufgezeichnet** und somit **beliebig oft** angesehen werden können. Die Websessions sollten nach dem Prinzip „**Explain, Showcase, Experience**“ aufgebaut werden:

- **Explain:** Darstellung der grundlegenden Konzepte, damit die Nutzer:innen verstehen, warum und wie sie eine bestimmte Aktion durchführen.
- **Showcase:** Demonstration von Funktionalitäten innerhalb des Systems mit Bezug auf Szenarien aus dem echten Leben.
- **Experience:** Die Nutzer:innen testen unter Anleitung die Funktionalitäten und erleben, wie das System ihre alltägliche Arbeit verbessert.







## E.10 Quick Wins: Fördern Sie das Selflearning Ihrer Mitarbeiter – auch im Homeoffice

Mit einem Hybriden Arbeitsmodell kommt dem Self-learning Ihrer Mitarbeitenden eine noch größere Bedeutung zu. Ergänzen Sie die Selflearning-Materialien Ihrer Mitarbeitenden durch weitere hilfreiche, auf sie zugeschnittene Bausteine:

- JobAids, die zum Beispiel als eine Art Schritt-für-Schritt-Anleitung eine neue Funktionalität erklären.
- Mikrovideos, die in der System Umgebung gedreht werden und einen Vorgang veranschaulichen.
- Ausgewählte und personalisierte Trainingsmodule, zur Verfügung gestellt in einer Lernplattform oder einer Quick Reference Guides, ermöglichen dem Nutzer schnell die wesentlichen und neuen Funktionalitäten zu finden.
- Wir verfügen über Erfahrung in der Entwicklung von personalisierten Trainingsmaterialien und unterstützen Sie gern bei der Erstellung Ihres Selflearning-Materials und der Auswahl geeigneter Trainingsmodule.



## E.11 Make it fun: Begeistern Sie die Mitarbeitenden mittels Gamification

Für die Motivation Ihrer Mitarbeitenden empfehlen wir unsere interaktiven Trainingsformate, die einen Gamification-Ansatz verfolgen und damit **spielerische und funktionelle Elemente miteinander verbinden**, zum Beispiel:

- virtueller Escape-Room
- virtuelle Schatzsuche

**Der virtuelle Escape-Room** knüpft an dem bereits erlernten Basiswissen der Mitarbeitenden an und beinhaltet die **Anwendung grundlegender Funktionalitäten**:

- Die Mitarbeitenden nutzen die neuen Tools und arbeiten mit neuen Elementen und Prozessen, um ihre Erfahrung zu vertiefen.
- Versteckte Hinweise innerhalb der neuen Systemumgebung führen die Teilnehmer:innen durch den virtuellen Raum.
- Das Absolvieren des Escape-Rooms stärkt die Kollaborationsfähigkeit innerhalb des Teams – auch virtuell.

Wir haben in der Vergangenheit bereits einige Escape-Rooms veranstaltet und durchweg positive Resonanz erhalten. Gern unterstützen wir Sie sowohl mit den notwendigen Materialien als auch bei der Durchführung des virtuellen Escape-Rooms.

Im Gegensatz dazu wird die **virtuelle Schatzsuche** von den Teilnehmern allein absolviert und hat den Vorteil, dass die Mitarbeitenden die geforderten Aufgaben komplett **selbstständig lösen**:

- Auch hier folgen Ihre Mitarbeitenden einer Storyline innerhalb der neuen Systemumgebung, die genau auf Ihr Unternehmen zugeschnitten werden kann.
- Die Dauer der Schatzsuche lässt sich an Ihre Bedürfnisse anpassen; so kann etwa ein kurzer Energizer oder eine längere Einheit konzipiert werden.
- Die virtuelle Schatzsuche kann kompetitiv ausgestaltet werden und die schnellsten Schatzsucher können mit kleinen Preisen belohnt werden.

Setzen Sie auf Abwechslung und Interaktivität bei der Gestaltung der Trainingsstrategie, um auch im Homeoffice das Maximale aus Ihrem digitalen Transformationsprojekt herauszuholen.

## Phase 4 – Keep them engaged



### E.13 Adoption goals: Messen Sie die Adoption ihres neuen Systems während Ihres digitalen Transformationsprojekts und justieren Sie jederzeit nach

Ihr digitales Transformationsprojekt soll langfristigen und nachhaltigen Erfolg garantieren. Die fortlaufende Überprüfung der Adoption via Reports und Dashboards im System selbst sorgt für den notwendigen Gesamtüberblick.

Die Einführung eines internen Supports für Rückfragen der Mitarbeitenden unterstützt die Nachhaltigkeit der Transformation.

Eine strukturierte Adoption-Kampagne hilft bei der Absicherung des nachhaltigen und langfristigen Projekterfolgs. Das Setzen von Adoption-Zielen für die Nutzung sowie die regelmäßige Messung dieser Ziele verschafft Ihnen eine Orientierung darüber, wie erfolgreich die Umsetzung Ihres digitalen Transformationsprojekts verläuft. Auch Adoption-KPIs zu Themen wie der Trainingsbeteiligung oder der Anzahl der Logins im System bieten Ihnen wertvolle Einblicke in den Status quo. Die Adoption-Maßnahmen und der Fortschritt lassen sich somit problemlos virtuell verfolgen. Mittels Reports und Dashboards im System können auch die relevanten KPIs problemlos überblickt werden. Auf dieser Basis können gezielt neue Maßnahmen ergriffen und mit den richtigen Trainings- bzw. Kommunikationsmaßnahmen die identifizierten Schwachstellen behoben werden. Insbesondere aufgrund der Komplexität der neuartigen Situation ist es besonders wichtig, einen **virtuellen Gesamtüberblick** zu behalten.



### E.15 Make it last: Legen Sie Verantwortlichkeiten für Hypercare und Support für Ihr neues System fest, um eine effiziente Betreuung zu gewährleisten

Für einen reibungslosen Projektablauf empfehlen wir, Verantwortlichkeiten und Kommunikationslinien klar zu definieren. Notwendige Informationen sollten für alle Beteiligten sichtbar gemacht werden, zum Beispiel mithilfe von Dashboards oder einer gepflegten FAQ-Liste. Regelmäßig angesetzte virtuelle Meetings bringen eine effiziente Routine sowie Transparenz in den Projektablauf und helfen, Unklarheiten auszuräumen. Eine weitere Supportmöglichkeit besteht in der Einrichtung von Chatbots für die schnelle Beantwortung von Basisfragen der Endnutzer. Außerdem sollte festgelegt werden, welche Personen im Unternehmen langfristig für den Support verantwortlich sind und neben den üblichen Supportaktivitäten die Nutzer auf neue Funktionalitäten aufmerksam machen.



# Wrap-up: die Herausforderungen einer hybriden Arbeitswelt heute und in Zukunft mit den passenden digitalen Maßnahmen bewältigen

Heute stellen die Ansprüche hybrider Arbeitsweisen viele Arbeitgeber vor neue Herausforderungen. Es stehen uns jedoch bereits eine Vielzahl modularer Lösungen zur Verfügung, die dabei helfen, Arbeit zu digitalisieren. Dabei muss bedacht werden, dass jede Transformation eine starke menschliche Komponente hat, die auch im virtuellen Raum berücksichtigt werden muss.

Die Elemente unseres Digital-Enablement-Ansatzes betrachten die Auswirkungen auf Prozesse ebenso wie die auf Mitarbeitende. Elemente wie das Change-Agent-Network, die kreative Kommunikationsstrategie und die digitale Trainingsstrategie garantieren dabei einen langfristigen Mehrwert und sind entscheidende Erfolgsfaktoren für eine nachhaltige digitale Befähigung der Mitarbeitenden.

## Unsere Expertise

Wir unterstützen Sie von der Strategie bis zur Umsetzung bei der digitalen Transformation Ihres Unternehmens, auf nationaler wie auf internationaler Ebene. Mit unseren KollegInnen begleiten wir *Future of Work* Transformationen, die von der Implementierung digitaler Anwendungen und der Integration agiler Arbeitsweisen im Metaverse bis hin zum Neubau ganzer Arbeitswelten reichen.

Unsere zertifizierten ExpertInnen stammen aus den Bereichen Customer Transformation, Experience Consulting, Real Estate Consulting, Technology Consulting und Arbeitsrecht. Der Digital-Enablement-Ansatz vereint diese Kompetenzen mit dem erforderlichen Prozess- und Plattform Wissen und stellt die Verknüpfung von Business-Vorteilen und Bedürfnissen von Nutzer:innen in den Fokus.

Als erfahrener Business-Integrator sind wir zudem mit allen Schnittstellen der Customer Journey vertraut. Wir erarbeiten für Sie kundenzentrierte Transformationskonzepte und definieren die entsprechenden Anforderungen der Fachabteilungen in Abstimmung mit der IT-Abteilung. Wir implementieren die gemeinsam mit Ihnen entwickelte Transformationsstrategie und sorgen für die nachhaltige Qualifizierung Ihrer Mitarbeitenden. Alles, was wir für Ihr Unternehmen entwickeln und umsetzen, denken wir aus der Sicht Ihrer Kunden. Mithilfe modernster digitaler Lösungen werden Sie in die Lage versetzt, Kunden zu gewinnen, zu begeistern und langfristig zu halten.

Sie möchten mehr über unsere Lösungen erfahren? Sprechen Sie uns einfach an. Wir freuen uns auf Sie!



# Ihre Ansprechpartner:innen



**Jana Kamenik**

Lead Digital Enablement, PwC Deutschland  
jana.kamenik@pwc.com



**Maximilian Vogelsberger**

Lead Customer Experience, PwC Deutschland  
maximilian.vogelsberger@pwc.com



**Anna Gatz**

Digital Enablement, PwC Deutschland  
anna.gatz@pwc.com

## Über uns

Unsere Mandanten stehen tagtäglich vor vielfältigen Aufgaben, möchten neue Ideen umsetzen und suchen unseren Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen mit größtmöglichem Nutzen entwickeln. Deshalb setzen wir für jeden Mandanten, ob Global Player, Familienunternehmen oder kommunaler Träger, unser gesamtes Potenzial ein: Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und die Ressourcen unseres Expert:innennetzwerks in 156 Ländern. Besonders wichtig ist uns die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mandanten, denn je besser wir sie kennen und verstehen, umso gezielter können wir sie unterstützen.

PwC Deutschland. Über 12.000 engagierte Menschen an 21 Standorten. Knapp 2,4 Mrd. Euro Gesamtleistung. Führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.