

ANHANG L

Branchen-Playbooks

Zusatzmaterial zum Buch „PREDICTABLE“ von Thorsten Pätzold —
Amazing Agents.

ANHANG L

Branchen-Playbooks

Wo welcher Agent zuerst einschlägt — fünf Branchen im Überblick

Jede Branche hat ihre eigenen Engpässe, ihre eigene Sprache und ihre eigene Compliance-Landschaft. Dieser Anhang ist eine Sammlung branchenspezifischer Playbooks, gebaut aus Erfahrungen mit deutschen Mittelständlern. Sie sollen nicht als Rezept dienen, sondern als Orientierungs-Hilfe: Wo lohnt der Einstieg, welche Stolperfallen sind besonders teuer, was ist branchen-typisch.

„Branchen-Spezifika sind oft größer als man denkt — und oft kleiner als man fürchtet. Die meisten Setups sind übertragbar, wenn die Logik stimmt.“

L.1 — Branche 1

Industrie und Maschinenbau

Lange Zyklen, viele Daten, hoher Hebel — wenn man die Datenhygiene macht.

Typische Engpässe

- *Geschäftsführer und Vertriebsleiter ertrinken in Lieferanten-, Kunden- und Reklamations-Mails — typisch 150–250 Mails pro Tag.*
- *Angebots-Erstellung dauert Tage, weil Konstrukteure manuell Stücklisten und Spezifikationen aus Anfragen extrahieren müssen.*
- *Wissens-Verlust durch Ausscheiden erfahrener Mitarbeiter — ihr Wissen ist in Köpfen, nicht in Systemen.*
- *Lieferanten-Bewertungen passieren manuell, oft jährlich, oft auf Basis von Bauchgefühl.*

Welche Agenten zuerst

Reihenfolge der typischen Einführung im Maschinenbau: Inbox-Manager (Quick Win), Dokumenten-Brain (Wissens-Sicherung), Daten-Analyst (Lieferanten-Performance), Outreach-Agent (After-Sales). Recruiting-Agent meist später, weil Spezial-Profil schwer automatisierbar sind.

Branchen-typische ROI-Bandbreiten

Agent	Stunden/Wo.	Setup-Kosten	Break-Even
Inbox-Manager (GF)	10–18 h	1.200–2.000 €	8–12 Wochen
Dokumenten-Brain	5–9 h	1.500–2.800 €	12–18 Wochen
Daten-Analyst	4–7 h	1.500–2.500 €	14–20 Wochen
Angebots-Vorbereitung	8–12 h	2.000–3.500 €	10–16 Wochen

Branchen-Stolperfallen

Stolperfälle 1: Daten-Hygiene-Schock. Wenn der Agent zum ersten Mal versucht, mit dem CRM oder ERP zu arbeiten, treten alle Daten-Inkonsistenzen zu Tage. Doppelte Kunden, fehlende Felder, falsche Branchen-Codes. Das blockiert oft das ganze Projekt für 4–8 Wochen.

Stolperfälle 2: Konstrukteur-Sprache. Maschinenbau hat eine sehr fachliche, oft kunden-spezifische Sprache. Modelle scheitern an branchen-spezifischen Begriffen, wenn die Wissensbasis dünn ist. Lösung: Glossar-basierte Vorqualifizierung, mehrere Iterationen mit echten Konstrukteuren.

Stolperfälle 3: Schaden-Reklamations-Sensibilität. Bei B2B-Maschinen geht es oft um sechs- bis siebenstellige Schadensummen. Hier ist Mensch-im-Loop nicht optional — der Agent darf NIE autonom in Reklamations-Vorgängen kommunizieren.

Stolperfälle 4: Personenkonzentration. Oft hängt Wissen an 1–2 Schlüsselpersonen, deren Mitwirkung das Projekt entscheidet. Wenn diese Personen den Agent als Bedrohung sehen, scheitert das Projekt — egal wie gut die Technik ist.

ANONYMISierter ERFOLGS-CASE Maschinenbau-Mittelständler, Spezialmaschinen für Lebensmittelindustrie, 220 Mitarbeiter. Setup: Inbox-Manager + Dokumenten-Brain + Angebots-Vorbereitung. 9 Monate Setup-Phase (lange Datenhygiene), aber Effekt seitdem: 28 Stunden gespart

pro Woche im GF-/Vertriebsleiter-Bereich, Angebote 50 % schneller, Wissens-Suche aus 30 Jahren Konstruktions-Akten in Sekunden. Der GF hat heute Sprechstunden für strategische Themen, die er vorher nicht hatte.

L.2 — Branche 2

Beratung und Professional Services

Wo Wissen das Produkt ist, wird der Agent zum Multiplikator.

Typische Engpässe

- *Berater verbringen 30–50 Prozent ihrer Zeit mit Recherche, Briefing-Erstellung und Mandanten-Kommunikation.*
- *Wissens-Silos zwischen Beratern — was Berater A weiß, hat Berater B nie gehört.*
- *Schreib-Zeit für Reports, Slide-Decks, Strategie-Papiere ist hoch.*
- *New-Business-Akquise leidet unter operativer Überlastung.*

Welche Agenten zuerst

Typische Reihenfolge: Research-Spezialist (klarer Hebel, geringer Risiko), Dokumenten-Brain (Wissens-Sharing), Inbox-Manager (Mandanten-Kommunikation), Outreach-Agent (Akquise). Je nach Spezialisierung kommt früher oder später ein Vertrags-Brain oder Faktencheck-Agent dazu.

Branchen-typische ROI-Bandbreiten

Agent	Stunden/Wo.	Setup-Kosten	Break-Even
Research-Spezialist	5–9 h pro Berater	800–1.800 €	6–10 Wochen
Dokumenten-Brain	4–8 h pro Berater	1.200–2.500 €	10–16 Wochen
Inbox-Manager	6–10 h pro Person	1.000–1.800 €	8–14 Wochen
Outreach-Agent	3–7 h pro Berater	1.200–2.200 €	12–18 Wochen

Branchen-Stolperfallen

Stolperfalle 1: Mandanten-Geheimnis und Berufs-Geheimhaltung. Bei Anwälten und Steuerberatern ist die Übermittlung von Mandanten-Daten an externe Modelle problematisch. Lösung: On-premise-Setups oder explizite Einwilligung der Mandanten — was in der Praxis selten praktikabel ist.

Stolperfalle 2: Stilfragen und Selbstverständnis. Berater sind ihr eigenes Produkt — wenn der Agent Briefings schreibt, fühlt sich das für manche an, als verlöre die eigene Arbeit Wert. Dieses Gefühl ist real und muss adressiert werden, nicht weggewischt.

Stolperfalle 3: Halluzinations-Risiko bei Faktenwissen. Berater verkaufen Expertise — wenn der Agent halluziniert, leidet der Ruf des Beraters. Lösung: Strikte Quellen-Pflicht, Stichproben-Audits, klare Mensch-im-Loop-Regeln.

Stolperfalle 4: Subspezialisierung. Eine generelle Beratung versus spezialisierte Boutique versus Dienstleister mit Standardprodukt — die Agent-Strategie sieht jeweils anders aus. Pauschale Empfehlungen scheitern.

ANONYMISierter ERFOLGS-CASE Mittelständische Strategieberatung, 22 Berater. Research-Spezialist + Dokumenten-Brain + Inbox-Manager. Setup-Dauer 5 Monate. Heute: durchschnittlich 11 Stunden gespart pro Berater pro Woche, Briefings entstehen in 30 Minuten statt 1–2 Tagen. Spürbarer Nebeneffekt: Junior-Berater werden schneller produktiv, weil sie auf das Wissen aller Senior-Berater zugreifen können — die Einarbeitungs-Zeit sank von 6 auf 3 Monate.

L.3 — Branche 3

Handel und E-Commerce

Hohe Volumen, klare Daten — und doch oft schwer zu beherrschen.

Typische Engpässe

- *Hohe Service-Anfragen-Volumen, oft repetitiv (Wo ist meine Bestellung? Retoure? Reklamation?).*
- *Beschaffung kämpft mit täglichen Lieferanten-Anfragen, Preis-Updates, Verfügbarkeits-Prüfungen.*
- *Marketing-Texte für tausende Produkte schreiben ist personell unhaltbar.*
- *Forecasting bei saisonalen Produkten oder Werbe-Aktionen ist oft Bauchgefühl.*

Welche Agenten zuerst

Im Handel ist die Reihenfolge oft: Inbox-Manager (Service), Daten-Analyst (Lager + Forecast), Outreach-Agent (B2B-Wiederbestellung), Dokumenten-Brain (Lieferanten-Konditionen). Recruiting kann früh kommen, wenn das Unternehmen wächst.

Branchen-typische ROI-Bandbreiten

Agent	Stunden/Wo.	Setup-Kosten	Break-Even
Inbox-Manager (Service)	15–30 h	1.200–2.000 €	6–10 Wochen
Daten-Analyst (Tageslagebild)	5–10 h	1.500–2.500 €	12–20 Wochen
Outreach (B2B-Reorders)	4–8 h	1.000–1.800 €	8–14 Wochen
Produkt-Texte-Generator	10–20 h	1.500–3.000 €	10–16 Wochen

Branchen-Stolperfallen

Stolperfalle 1: Hohes Volumen, schmale Margen. Im Handel können falsche Antworten an viele Kunden gleichzeitig zu massiven Reputations-Schäden führen. Pilot-Phase mit kleinen Volumen ist Pflicht.

Stolperfalle 2: Saisonalität und Spitzenlast. Black Friday, Weihnachts-Geschäft, Saison-Auftakte — der Agent muss Spitzen abfedern, ohne zu kollabieren. Stress-Tests vor jeder Saison sind Pflicht.

Stolperfalle 3: Mehrsprachigkeit. Im internationalen Handel müssen Agenten in mehreren Sprachen arbeiten. Qualität pro Sprache schwankt erheblich — was in Deutsch funktioniert, scheitert in Polnisch oder Tschechisch.

Stolperfalle 4: Produkt-Daten-Qualität. Wenn die Produkt-Datenbank Lücken oder Fehler hat, halluziniert der Agent munter Eigenschaften. Daten-Hygiene als Voraussetzung, nicht als Nachgedanke.

***ANONYMISierter ERFOLGS-CASE** Mittelständischer Online-Händler für Garten-Bedarf, 8.000 Bestellungen/Monat, 35 Mitarbeiter. Inbox-Manager + Daten-Analyst + B2B-Outreach. Setup-Dauer 4 Monate. Heute: Service-Antwortzeit von 18 auf 2 Stunden, B2B-Wiederkäufer-Quote von 35 auf 58 %, Tageslagebild jeden Morgen für GF. Größter Aha: Der Daten-Analyst entdeckte einen Trend bei einem Nischen-Produkt, der manuell wochenlang übersehen wurde — daraus entstand eine erfolgreiche Werbekampagne mit 6-stelligem Effekt.*

L.4 — Branche 4

Gesundheits- und Sozialwesen

Hochsensibel, hochreguliert — aber mit massivem Bürokratie-Hebel.

Typische Engpässe

- *Bürokratie frisst medizinische Zeit — Verwaltung, Dokumentation, Abrechnungs-Prüfung.*
- *Telefonische Erreichbarkeit ist Engpass: Termin-Anfragen, Rezept-Anfragen, Rückfragen.*
- *Wissens-Updates zu Therapie-Standards, Leitlinien, Abrechnungs-Änderungen sind kaum zu bewältigen.*
- *Personal-Engpässe verstärken alle anderen Probleme — und schaffen Eigendynamik.*

Welche Agenten zuerst

Im Gesundheitsbereich ist die Reihenfolge oft: Inbox-Manager (für nicht-medizinische Anfragen), Dokumenten-Brain (Leitlinien-Wissen), Daten-Analyst (Abrechnungs-Plausibilisierung). Outreach selten, Recruiting bei größeren Einrichtungen relevant.

Branchen-typische ROI-Bandbreiten

Agent	Stunden/Wo.	Setup-Kosten	Break-Even
Inbox-Manager (Verwaltung)	8–14 h	1.500–2.500 €	10–16 Wochen
Dokumenten-Brain (Leitlinien)	4–8 h	1.800–3.000 €	14–22 Wochen
Daten-Analyst (Abrechnung)	5–9 h	2.000–3.200 €	14–20 Wochen
Termin-Vorqualifizierung	10–18 h	1.200–2.200 €	10–16 Wochen

Branchen-Stolperfallen

Stolperfalle 1: Patientendaten und § 203 StGB. Patientendaten unterliegen besonderem strafrechtlichen Schutz. Externe Modelle ohne strenge Garantien scheiden meist aus. Lösung: On-premise oder eng kontrollierte EU-Cloud, mit Anwalts-Prüfung des Setups.

Stolperfalle 2: Halluzinations-Risiko bei medizinischem Wissen. Falsche medizinische Aussagen können Schaden verursachen. Lösung: Mensch-im-Loop bei jeder medizinischen Aussage, klare Trennung zwischen administrativen und medizinischen Themen.

Stolperfalle 3: Akzeptanz bei medizinischem Personal. Ärzte und Pflegekräfte sind in vielen Fällen skeptisch gegenüber „KI im OP“. Lösung: Klar abgegrenzte, administrative Use Cases zuerst — niemals direkt in medizinische Entscheidungs-Prozesse eingreifen.

Stolperfalle 4: Aufsichts- und Heilberufe-Recht. Berufsrechtliche Regelungen (Approbations-Recht, Heilberufe-Gesetze, Pflege-Standards) müssen geprüft werden. Was technisch möglich ist, ist nicht immer berufsrechtlich erlaubt.

ANONYMISierter ERFOLGS-CASE Gemeinschaftspraxis für Allgemeinmedizin, 4 Ärzte, 12 MFAs. Inbox-Manager (für Verwaltungs-Anfragen wie Krankschreibungs-Verlängerungen, Rezept-Anfragen, Termin-Verschiebungen) + Termin-Vorqualifizierung. Setup-Dauer 6 Monate (langer DSGVO-Prozess). Heute: 35 Stunden gespart pro Woche im Gesamt-Team, telefonische

Erreichbarkeit deutlich verbessert. Wichtige Lehre: Erst nach 4 Monaten Pilot wurde der Agent von den MFAs voll akzeptiert — die ersten Wochen waren von Skepsis und Umgehungs-Versuchen geprägt.

L.5 — Branche 5

Bildung und Weiterbildung

Wo Inhalte das Produkt sind, wird der Agent zum Co-Autor.

Typische Engpässe

- *Erstellung und Aktualisierung von Lehr-Inhalten ist personalintensiv und teuer.*
- *Anfragen von Teilnehmern, Kunden, Auftraggebern überfordern oft die Verwaltung.*
- *Recherche zu aktuellen Themen für Trainings ist zeitaufwändig.*
- *Personalisierung von Lerninhalten für unterschiedliche Zielgruppen ist Wunschtraum.*

Welche Agenten zuerst

In der Bildungsbranche typische Reihenfolge: Inbox-Manager (Teilnehmer-Anfragen), Research-Spezialist (Themen-Recherche), Dokumenten-Brain (Curriculum-Verwaltung), Content-Generator (Lehr-Materialien). Outreach für Akquise neuer Teilnehmer kommt oft später.

Branchen-typische ROI-Bandbreiten

Agent	Stunden/Wo.	Setup-Kosten	Break-Even
Inbox-Manager	6–12 h	1.000–1.800 €	8–14 Wochen
Research-Spezialist	4–8 h	800–1.500 €	8–12 Wochen
Content-Vorbereitung	8–14 h	1.500–2.500 €	10–16 Wochen
Dokumenten-Brain	3–7 h	1.200–2.200 €	12–18 Wochen

Branchen-Stolperfallen

Stolperfalle 1: Urheberrecht und Trainings-Daten. Wenn der Agent Inhalte aus dem Internet nutzt, kann das urheberrechtliche Probleme auslösen — vor allem bei Lehr-Materialien, die kommerziell vertrieben werden. Lösung: explizite Quellen-Listen, lizenzierte Datenbanken, Zitat-Disziplin.

Stolperfalle 2: Lerner-Daten und Schul-Datenschutz. Personenbezogene Daten von Lernern (insbesondere bei Minderjährigen oder beruflicher Weiterbildung) unterliegen besonderen Anforderungen. Lösung: konsequente Pseudonymisierung, klare Einwilligungs-Pfade.

Stolperfalle 3: KI-erstellte Inhalte und Transparenz. Teilnehmer wollen oft wissen, ob Inhalte von Menschen oder KI erstellt wurden. Mangelnde Transparenz beschädigt das Vertrauen. Lösung: klare Kennzeichnung, ehrliche Kommunikation.

Stolperfalle 4: Pädagogische Qualität. KI-generierte Inhalte sind oft sprachlich korrekt, aber pädagogisch flach. Sie überspringen die didaktische Reduktion, die gute Lehre auszeichnet. Lösung: Pädagogen als Reviewer in jeder Content-Pipeline.

ANONYMISIERTER ERFOLGS-CASE Mittelständischer Anbieter beruflicher Weiterbildung, 18 Mitarbeiter, 3.500 Teilnehmer pro Jahr. Inbox-Manager + Research-Spezialist + Content-Vorbereitung. Setup-Dauer 5 Monate. Heute: 22 Stunden gespart pro Woche in der Verwaltung, Aktualisierung von Curricula 60 % schneller, Teilnehmer-Zufriedenheit messbar gestiegen (NPS plus 15 Punkte). Größte Lehre: Die Trainer waren anfangs sehr skeptisch — wurden zu Mit-Gestaltern, sobald sie sahen, dass der Agent ihnen Lästiges abnimmt, ohne ihre Kern-Kompetenz anzutasten.

L.6 Was alle Branchen verbindet

Wir haben in fünf sehr unterschiedlichen Branchen gearbeitet. Was uns immer wieder überrascht: Die Strukturen ähneln sich mehr als man denkt. Drei Erkenntnisse, die in jeder Branche gelten:

- *Daten-Hygiene ist überall der erste Engpass. Die Branchen unterscheiden sich darin, wie tief das Problem ist — aber sie haben es alle. Wer keine sauberen Stammdaten hat, sollte mit Stammdaten beginnen, nicht mit dem Agent.*
- *Akzeptanz ist überall die zweite Hürde. Pioniere und Skeptiker sind in jeder Branche gleich verteilt. Das Change-Management-Vorgehen aus Anhang K ist branchen-unabhängig wirksam.*
- *Compliance-Anforderungen variieren stark. Was in Industrie unkritisch ist, ist im Gesundheitswesen tabu. Aber: Die Compliance-Anforderungen sind nie ein „Showstopper“ — sie sind ein Architektur-Anforderung. Wer sie ab Tag 1 mitdenkt, baut Setups, die halten.*

„Branchen-Spezifika sind real — aber sie sind kleiner als die universellen Muster. Wer das versteht, kann Erfahrungen aus einer Branche in die andere übertragen.“

L.7 Wenn Ihre Branche hier nicht steht

Diese fünf Branchen sind eine Auswahl. Wir haben auch Erfahrungen in der Bauwirtschaft, im Verlagswesen, in der Gastronomie, in Versicherungen, in der Logistik und in vielen anderen Bereichen. Wenn Ihre Branche hier nicht abgebildet ist, gilt: Die Logik aus den fünf Beispielen ist übertragbar.

Was Sie tun können: Wählen Sie aus den fünf Beispielen das, was Ihrer Branche am ähnlichsten ist (Industrie für produzierende Betriebe, Beratung für wissens-getriebene Dienstleister, Handel für transaktions-orientierte Geschäfte, Gesundheit für sensible/regulierte Felder, Bildung für Inhalts-orientierte Geschäfte). Übertragen Sie die Engpässe und Stolperfallen auf Ihre Realität. Diskutieren Sie mit Ihrem Team, was abweicht.

„Jede Branche hat ihre eigene Sprache. Aber die Mathematik der Predictable-Formel funktioniert überall.“

Dieses Dokument ist Anhang L zum Buch „PREDICTABLE — Wie KI-Agenten Ihr Business von Spielzeug zu Infrastruktur transformieren“ (Thorsten Pätzold, Amazing Agents, Pirmasens 2026). Verweise auf Kapitel beziehen sich auf das Buch, Verweise auf andere Anhänge auf die übrigen Dokumente des Werkzeugkastens.

Alle zehn Anhänge: www.amazing-agents.com/predictable. © 2026 Thorsten Pätzold / Amazing Agents. Alle Rechte vorbehalten.

It's predictable when you do the math.

AMAZING AGENTS

Pirmasens · 2026

www.amazing-agents.com

© Thorsten Pätzold / Amazing Agents. Nur für den persönlichen Gebrauch der Leser:innen von „PREDICTABLE“. Weitergabe an Dritte nicht gestattet.