

## Salesforce zeichnet in Zürich den Weg zum Agentic Enterprise



**17. Juni 2026 - An der Agentforce World Tour im Zürcher Kongresshaus stellte Salesforce seine Vision des Agentic Enterprise in den Mittelpunkt. Vor über 2000 Teilnehmenden zeigte der CRM-Anbieter anhand verschiedener Kundenbeispiele auf, wie KI-Agenten Geschäftsprozesse unterstützen und automatisieren sollen.**

Die diesjährige Agentforce World Tour von Salesforce machte auch in der Schweiz halt – genauer gesagt am 16. Juni im Kongresshaus in Zürich. Im Zentrum der Veranstaltung stand heuer die Frage, wie Unternehmen den Übergang zu einer zunehmend von KI-Agenten geprägten Arbeitswelt bewältigen können. Salesforce propagiert dabei das Konzept des Agentic Enterprise, in dem Menschen und KI-Agenten gemeinsam Geschäftsprozesse ausführen und optimieren.

Zum Auftakt begrüßte Vanessa Gentile, Head of Marketing bei Salesforce in der Schweiz, die über 2000 Besucherinnen und Besucher im Zürcher Kongresshaus, und zeigte zum Start des Tages auf, wie Salesforce mit Unicef zusammenarbeitet und wo der CRM-Riese das Hilfswerk unterstützt. Anschliessend wandte sich Rami Habib, SVP und Country General Manager von Salesforce Schweiz, an das Publikum. Unternehmen

stunden vor einer neuen technologischen Ära, die von Künstlicher Intelligenz geprägt werde. Salesforce wolle seine Kunden dabei unterstützen, die damit verbundenen Herausforderungen zu meistern und die Möglichkeiten der Technologie produktiv zu nutzen. Einen besonderen Schwerpunkt legte Habib auf die Security-Thematik. Gerade in regulierten Branchen, die in der Schweiz bekanntlich eine wesentliche Rolle spielen, müsse jederzeit nachvollziehbar sein, welche Daten und Prozesse von KI-Systemen genutzt werden dürfen. Kunden müssten die Kontrolle darüber behalten, in welchen Bereichen Agenten eingesetzt werden und auf welche Informationen diese zugreifen können – und Salesforce könne dies gewährleisten. Auch Burger Swart, Area Vice President Sales bei Salesforce, stellte die Auswirkungen von Agentic AI auf Unternehmen in den Mittelpunkt. Die Technologie verändere sämtliche Geschäftsbereiche und beschleunige gleichzeitig die interne Entwicklung bei Salesforce selbst.

Wie Agentic-AI-Projekte aussehen können, demonstrierte Salesforce bereits während der Keynote und dann auch im Rahmen diverser Sessions über den Tag verteilt. So zeigte Verpackungsspezialist Amcor, wie Agenten Vertriebsmitarbeitende bei Verkaufsprozessen unterstützen können. Der Agrarkonzern Syngenta wiederum setzt auf KI und Datenanalysen, um die riesigen Datenmengen von Hunderten Millionen Landwirten besser auszuwerten und daraus konkreten Nutzen für die Landwirtschaft abzuleiten. Ein weiteres Thema der Keynote war die sogenannte Agentic Enterprise Architecture von Salesforce. Sie soll Mitarbeitende dort unterstützen, wo sie arbeiten – unabhängig davon, ob dies innerhalb von Salesforce, in Slack, Microsoft Teams oder über andere Anwendungen geschieht. Salesforce bezeichnet diesen plattformübergreifenden Ansatz als Headless 360. Ziel sei es, Anwendern und Unternehmen die Nutzung von Salesforce- respektive KI-Agenten-Funktionen über unterschiedliche Front-ends hinweg zu ermöglichen.

Damit knüpfte Salesforce an eine Botschaft an, die sich durch die gesamte Veranstaltung zog: KI-Agenten sollen nicht auf einzelne Anwendungen beschränkt bleiben, sondern als Teil eines offenen Ökosystems fungieren. Entsprechend verwies das Unternehmen auch auf Integrationen mit externen Plattformen und KI-Werkzeugen.

Neben Amcor und Syngenta wurden in der Eröffnungs-Keynote weitere Anwendungsbeispiele von Unternehmen wie Canada Goose, Engine und Dell vorgestellt. Vertieft wurden diese und weitere Praxisbeispiele anschliessend in zahlreichen Fachsessions während des restlichen Veranstaltungstages. Den Schlusspunkt dieses Tages setzte eine Keynote zum Thema "Securing the Future of the Agentic Enterprise". Darin zeigte Salesforce auf, dass der Erfolg agentischer Systeme nicht allein von leistungsfähigen KI-Modellen abhängt. Ebenso wichtig seien sichere Identitäten für Agenten, transparente Überwachungsmöglichkeiten, Datenschutz sowie klare Governance-Regeln. Unternehmen müssten jederzeit nachvollziehen können, welche Entscheidungen ein Agent trifft und auf welche Daten er dabei zugreift.

Damit schloss sich quasi der Kreis zur Eröffnungs-Keynote. Während Salesforce das Agentic Enterprise als nächste Entwicklungsstufe für Unternehmen propagiert, stellte das Unternehmen in Zürich gleichzeitig klar, dass Sicherheit und das Vertrauen in ebendiese zum entscheidenden Erfolgsfaktor werden. Denn nur Sicherheit, Kontrolle und Nachvollziehbarkeit können dafür sorgen, dass Unternehmen KI-Agenten künftig nicht nur testen, sondern produktiv in ihre Geschäftsprozesse integrieren.