

Zehn Schritte zur erfolgreich implementierten KI-Strategie

# Prompt ist King

Künstliche Intelligenz (KI) ist derzeit in aller Munde. Obwohl ChatGPT erst im November 2022 offiziell veröffentlicht wurde, sind KI-Tools – insbesondere generative KI-Tools – bereits fest in unseren Alltag integriert. Sie tragen dazu bei, unsere alltäglichen Prozesse effizienter zu gestalten. Doch warum ist das so? Und wie kann insbesondere der Mittelstand KI erfolgreich implementieren und nachhaltigen Nutzen daraus ziehen? So gelingt der Weg in die Zukunft mit angewandter generativer Künstlicher Intelligenz im Mittelstand, sagt unser Autor.

Von Klaus Kallenbrunnen

Der technische Fortschritt, technologische Veränderungen, volatile Märkte und immer kürzere Innovationszyklen prägen unseren Alltag. Berücksichtigt man, dass bereits von der fünften industriellen Revolution, der Industrie 5.0, gesprochen wird – geprägt von kognitiven maschinellen Fähigkeiten –, ist es bemerkenswert, dass seit der sogenannten Industrie 4.0, charakterisiert durch das Internet der Dinge und vernetzte Systeme, gerade einmal zehn Jahre vergangen sind. Die vorherige Phase, Industrie 3.0, lag circa 40 Jahre vor der Industrie 4.0. Sie war gekennzeichnet durch Computer, Elektronik und Automation.

Davor dauerte es fast 100 Jahre vom Wandel der Industrie 2.0 – der Massenproduktion und Elektrifizierung – bis zur Industrie 3.0. Es wird deutlich, dass sich die Innovationszyklen immer weiter verkürzen und dass disruptive technologische Veränderungen in einer Exponentialfunktion verlaufen und deshalb schneller erkannt und integriert werden müssen. So werden Wettbewerbsvorteile gesichert, um nicht von Mitbewerbern oder neuen Marktteilnehmern überholt zu werden.

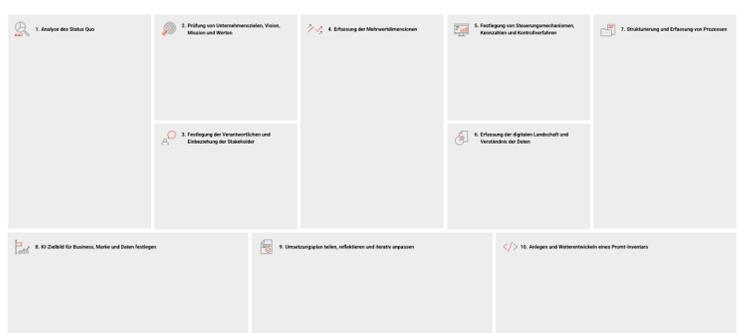
## Arbeitskräftemangel, Fachkräftemangel, Wissensmonopole, Neubesetzung von Schlüsselpositionen

Neben der Herausforderung des ständigen Wandels kommt die aktuelle Situation in Deutschland hinzu, die von drei großen unternehmerischen Risiken geprägt ist. Erstens wird prognostiziert, dass der Arbeitsmarkt bis 2060 etwa fünf Millionen Arbeitskräfte aufgrund demografischer Entwicklungen weniger haben wird. Zweitens sind laut Informationen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz aktuell mehr als 350 von 801 Berufsgattungen mit Fachkräftemangel konfrontiert. Drittens besteht das Problem der sogenannten Wissensmonopole in Organisationen – das Risiko des nicht dokumentierten Wissens und der Abhängigkeit von Schlüsselpersonen in Organisationen. Diese Personen, wie die unersetzliche Frau Müller oder der essenzielle Herr Maier, halten den Betrieb am Laufen. Dies stellt nicht nur ein Risiko dar, wenn solche Schlüsselpersonen in Rente gehen, sondern ist auch oft eine Herausforderung bei der Nachbesetzung dieser Positionen. Denn die Frage bleibt: Wie können Nachfolger ihren Alltag genauso gewinnbringend für die Organisation gestalten, besonders wenn ihre Vorstellungen von Arbeit möglicherweise von denen anderer Generationen abweichen?



Der Ruf nach Automatisierung, maschineller Intelligenz und intelligenteren Prozessen wird immer lauter. KI, insbesondere angewandte KI, bietet uns die Möglichkeit, diesen Herausforderungen zu begegnen, den Alltag effizienter zu gestalten und datengestützte Entscheidungen zu treffen. Doch wie beginnt man, und worauf sollte der Fokus liegen? Zur Beantwortung dieser Fragen haben wir ein KI-Implementierungsframework entwickelt. Dieses hilft, in wenigen Schritten ein klares Bild von den Chancen und Herausforderungen bei der Implementierung von KI zu gewinnen, und bietet eine umfassende Perspektive auf die Organisation. Über zehn Schritte sorgt das Framework für mehr Klarheit im Implementierungsprozess.

### KI-Strategie Canvas: 10 Schritte zur erfolgreich implementierten KI-Strategie



Es ist essenziell zu verstehen, dass KI grundlegende Probleme wie mangelnde Struktur oder fehlende Prozesse nicht ersetzen kann. KI unterstützt durch kognitive Fähigkeiten und steigert Effizienz und Effektivität - vor allem von Experten innerhalb der Organisation. Neben der Implementierung von KI-Tools sollte der Fokus daher auch auf Prozessautomatisierung und Workflow-Management liegen. Das bedeutet, dass jede Organisation diverse Schnittstellen, Tools, Datenbanken und Dienste besitzt, die oft isoliert von einzelnen Experten genutzt werden. Eine konsequente Öffnung der Systeme durch Schnittstellen ermöglicht es, dass diese miteinander kommunizieren können. Wenn Systeme miteinander kommunizieren, kann KI menschliche Leistung und Wertschöpfung bei dieser Kommunikation übernehmen. Oft wird sichtbar, dass KI in Implementierungsprozessen nur 10 bis 20 Prozent der Prozessbearbeitung ausmacht. Aber gerade diese 10 bis 20 Prozent haben uns bis vor einigen Jahren daran gehindert, unsere Prozesse konsequent zu digitalisieren und zu automatisieren. Die Rolle der Mitarbeitenden wird sich signifikant ändern. Anstatt Prozesse aktiv zu bearbeiten, werden smarte Assistenten die Arbeit vorbereiten, die dann lediglich kontrolliert und bewertet wird.

Künstliche Intelligenz befasst sich mit Methoden, die Computern das Lösen von Aufgaben ermöglichen, die Intelligenz erfordern, wenn sie von Menschen gelöst werden. Moderne KI-Modelle können Sprache, Ton, Text, Bewegungen, Wahrnehmungen und Logik thematisch entschlüsseln und einordnen. Ein solcher technologischer Fortschritt ist auch die Basis für Entwicklungen wie ChatGPT (die führende generative KI von OpenAI, die über den Browser, Schnittstellen oder eigene Architekturen genutzt werden kann). Die Methode der Transformer, eine Deep-Learning-Architektur, wurde 2017 von Google im Rahmen der Neural Information Processing Systems-Konferenz vorgestellt. Sie ermöglicht es, umfassende Texte zu generieren und passende Antworten oder Ergebnisse auf Eingaben zu liefern.

Die Investitionen in KI-Forschung und -Entwicklung nehmen zu. Deutsche Firmen wie **Aleph Alpha** mit ihrem Chatbot *Luminous*, Google mit dem *Gemini Service* (früher bekannt als *Bard*), **Microsoft** mit dem *Copiloten*, **Anthropic** mit *Claude*, **Meta** mit *Llama 2* oder *Ernie* von **Baidu** als eine der vielen Lösungen aus China, treiben diese Entwicklungen voran. Viele smarte KI-Tools sind heute bereits vortrainiert und unterstützen bei der Lösung alltäglicher Probleme. Daher lautet die Empfehlung, zunächst mit vortrainierten Modellen zu beginnen und bei signifikanten Effizienzsteigerungen durch erfolgreiche Implementierung die Einsparungen in die Entwicklung eigener KI-Modelle zu investieren. Die erwähnten Modelle und Services, auch bekannt als generative vortrainierte Transformer, basieren oft auf Hunderten von Petabyte an Trainingsdaten und können mit eigenen Daten kombiniert werden, um im Rahmen der trainierten Fähigkeiten passende Ergebnisse zu generieren.

**Warum sind KI-Tools und ChatGPT so erfolgreich?**

Sie bieten direkt einen enormen Mehrwert und lösen alltägliche Probleme mit überschaubaren Integrationsaufwänden im Vergleich zum Effizienzgewinn, welcher dagegensteht.

Mit überschaubaren Investitionen können schnell Ergebnisse erzielt werden. Stellen Sie sich vortrainierte Modelle wie einen wartenden Assistenten vor, der Ihr Briefing und Ihre Aufgaben voller Tatendrang entgegennimmt, um definierte Lösungen zu liefern. Dies führt uns ohne Umwege zu einem der größten Hebel im Kontext der Implementierung von generativer KI in Organisationen und Institutionen: das Formulieren der Problemstellung, die durch KI gelöst werden soll. Dies geschieht in sogenannten Prompts, also Anweisungen an die Maschine. Organisationen, die ihre Prozesse klar dokumentiert und Arbeitsanweisungen strukturiert formulieren können, werden hier Vorteile haben. Das sogenannte Prompt Engineering – die Entwicklung von Anweisungen, die die Wertschöpfung in bestehende Prozesse integrieren – wird eine der wichtigsten organisatorischen Verwaltungs- und Wertschöpfungsdisziplinen in der Zukunft sein. In den USA wird diese Qualifikation heute bereits mit teils mehr als 300.000 US-Dollar Jahresgehalt (vgl. *Forbes*) honoriert. Ein gutes Prompt Engineering ermöglicht es, die Wertschöpfung einer Organisation einer Maschine zu erklären und die Aufgaben auf diese zu übertragen, um damit mehr Effizienz, Konsistenz und eine höhere Verarbeitungsgeschwindigkeit zu erzielen. Das Management und die Pflege Ihres Prompt-Inventars werden essenziell sein, und bestehende Prozessdokumentationen sollten um Prompt-Definitionen erweitert werden.

**CONTENT IS KING PROMPTING**

Das Feld der angewandten KI ist gerade für Mittelstandsunternehmen so attraktiv, weil es mit kalkulierbaren Anfangsinvestitionen verbunden ist. Heute modellieren wir unsere Prozesse Schritt für Schritt und übertragen bzw. manipulieren Daten zwischen Systemen. Dabei verfolgen wir einen sogenannten API-First-Ansatz oder setzen auf sogenannte Composable Application Architekturen, ein Modell, in dem Systeme offen miteinander kommunizieren und durch weitere Tools oder Anwendungen unterstützt oder ergänzt werden. Dies kann beispielsweise die bildgebende KI von *Microsoft Azure*, der *ChatGPT* von *OpenAI* oder die Bildgenerierung von *Midjourney* sein. Diese Tools werden über Schnittstellen angesteuert und generieren basierend auf den übermittelten Prompts ihre Ergebnisse. Sollte morgen ein besseres Tool auf dem Markt verfügbar sein, kann es einfach in die definierten Arbeitsprozesse integriert und bestehende Tools ersetzt werden. Diese Arten von Architekturen beugen Monolithen vor und sorgen für flexible Systeme und schnellere Anpassungsmöglichkeiten.

Das alles ist aber nur sinnvoll, wenn wir ein klares Bild von unserer organisatorischen Zukunft haben. Ohne eine KI-Strategie lassen wir Wettbewerbsvorteile und Effizienzgewinne ungenutzt. Dies wird besonders deutlich, wenn man die Nachfrage innerhalb der Google-Suche nach bestimmten Begriffen in Verbindung mit Künstlicher Intelligenz betrachtet, etwa die Nachfrage nach ›ChatGPT‹ verglichen mit der suchinduzierten Nachfrage nach ›Google Bard‹ oder ›Google Gemini‹. Das normalisierte Nachfrage-niveau zeigt einen Unterschied von mehr als 76 Prozentpunkten weltweit oder sogar 87 Prozentpunkten in Deutschland (Quelle: Google Trends, Abruf vom 11.03.2024, Vergleich *ChatGPT* (Software), *Google Gemini* (Thema), *Google Bard* (Suchbegriff)), Künstliche Intelligenz (Thema)). Hier wird der First-Mover-Effekt, an den wir uns aus den Marketingbüchern erinnern, deutlich sichtbar und man versteht, dass dies doch mehr als ein rein theoretisches Marketingkonzept ist.

Bei der Entwicklung einer erfolgreichen KI-Strategie können die folgenden Schritte hilfreich sein, angelehnt an die Methodik des Design Thinking, wie es aus der Lean-Startup-Lehre bekannt ist. Zunächst gilt es, die aktuelle Position zu verstehen und die Geschehnisse im Umfeld zu erfassen. Anschließend beobachtet man das eigene Handeln und definiert darauf aufbauend ein klares Zielbild. Danach wird in kleinen, iterativen Schritten mit ersten Umsetzungen und Verbesserungen begonnen, die direkt getestet werden. Nur nach erfolgreicher Implementierung oder der bewussten Entscheidung, eine Teilaufgabe zu verwerfen, sollten neue Aufgaben in Angriff genommen werden. Die folgenden Schritte dienen als Leitfaden, um eine KI-Strategie erfolgreich zu implementieren:



## Schritt 1: Analyse des Status quo

Beginnen Sie mit einer realistischen Einschätzung der aktuellen Situation Ihres Unternehmens. Eine SWOT-Analyse gemäß **Andrews** ist hierfür ein ausgezeichnetes Werkzeug, um das Unternehmen sowohl intern als auch extern zu bewerten. Identifizieren Sie Chancen und potenzielle Bedrohungen, die sich aus politischen, wirtschaftlichen, soziokulturellen, technologischen, ökologischen und rechtlichen Faktoren (siehe PESTEL-Analyse) ergeben könnten.

Wenden Sie sich anschließend der internen Betrachtung Ihres Unternehmens zu. Heben Sie die Stärken hervor, also die Eigenschaften, die Ihr Unternehmen besonders machen – oft bezeichnet als Unique Selling Points (USPs). Berücksichtigen Sie dabei, ähnlich wie in **Porters Five Forces**, Faktoren wie Markteintrittsbarrieren (besonders im Kontext der Digitalisierung), Lieferantenbeziehungen, die Möglichkeit der Substitution durch andere Produkte oder Dienstleistungen, Kundenloyalität und -bindung sowie die Positionierung Ihres Unternehmens innerhalb dieser Kräfte. Es ist ebenso wichtig, die Schwächen Ihres Unternehmens klar zu identifizieren, da gerade hier KI einen signifikanten Unterschied bewirken könnte. Kombinieren Sie anschließend Bedrohungen, Chancen, Stärken und Schwächen und überlegen Sie, welche Maßnahmen strategischen Mehrwert liefern können. Ein kleiner Tipp: Tools wie *ChatGPT* o.ä. können Ihnen bei dieser Aufgabe hervorragende Dienste leisten.



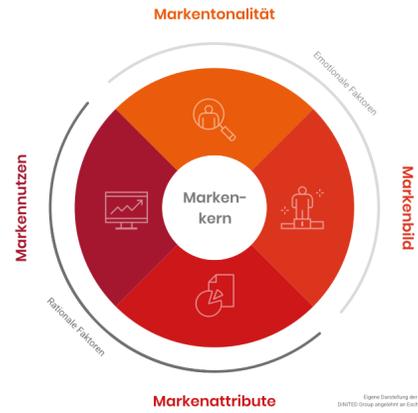
*Klaus Kallenbrunnen ist Geschäftsführer der DiNITED® Group und engagiert sich für den Erfolg von Digitalisierungsprojekten in Unternehmen durch die Organisationen DiNITED® und Flagbit®. In seiner Rolle als Digital Business Consultant bietet er Sparring, Ausbildung und Training sowie Begleitung bei der Implementierung. Seine berufliche Laufbahn führte ihn von einer führenden Agentur für Markenstrategie und Design in München über diverse Positionen bei mittelständischen Unternehmen im Bereich E-Commerce und Marketing auf globaler Ebene. Besonders geprägt ist sein Schaffen von der Vertikalisierung und digitalen Wertschöpfung im Mittelstand. Kallenbrunnen erwarb seine umfassenden Kenntnisse während seines Studiums des International Managements an der Hochschule Karlsruhe sowie der Steinbeis School of Management und Innovation in Berlin, welches er mit praktischer Arbeit im Silicon Valley, New York, Shanghai und Mailand kombinierte. Als Dozent und Trainer teilt er sein Fachwissen an der Hochschule Karlsruhe und der Akademie der deutschen Medien in München, bei lokalen Industrie- und Handelskammern sowie auf diversen Diskussionsrunden, Konferenzen und Veranstaltungen.*



## Schritt 2: Prüfung von Unternehmenszielen, Vision, Mission und Werten

Es ist entscheidend, die Unternehmensziele klar zu definieren – für den kommenden Monat, das nächste Quartal, das laufende sowie das kommende Geschäftsjahr –, um Ihrer KI-Strategie die notwendige Traktion zu verleihen. Nutzen Sie Ihre unternehmerische Vision und Mission als Grundlage und evaluieren Sie, inwiefern die Erkenntnisse aus der SWOT- und PESTEL-Analyse diese unterstützen oder behindern könnten. Der Wertekanon Ihres Unternehmens, der die grundlegenden Prinzipien und Überzeugungen umfasst, dient als zentrales Steuerungsinstrument. Reflektieren Sie, welche Werte durch den Einsatz von Technologie besonders betont oder verstärkt werden sollten.

Denken Sie darüber nach, wofür Ihre Organisation und Ihre Marke heute stehen und was Sie mit der Integration von Künstlicher Intelligenz in Zukunft erreichen möchten. Überlegen Sie, wie sich Ihre Marke aktuell präsentiert und wie sie sich in der Zukunft anfühlen und wirken soll. Definieren Sie genau, was Ihre Marke und Organisation besonders macht, also welche Identität sie besitzt und welche Eigenschaften emotional und rational damit verbunden sind. Eine sorgfältige Dokumentation dieser Überlegungen zu Beginn ist in den späteren Schritten essenziell. Denn auch der KI muss klar kommuniziert werden, wer der Absender ist und für wen welche Leistungen erbracht werden. Insbesondere bei der Kombination verschiedener Tools ist dies enorm wichtig.



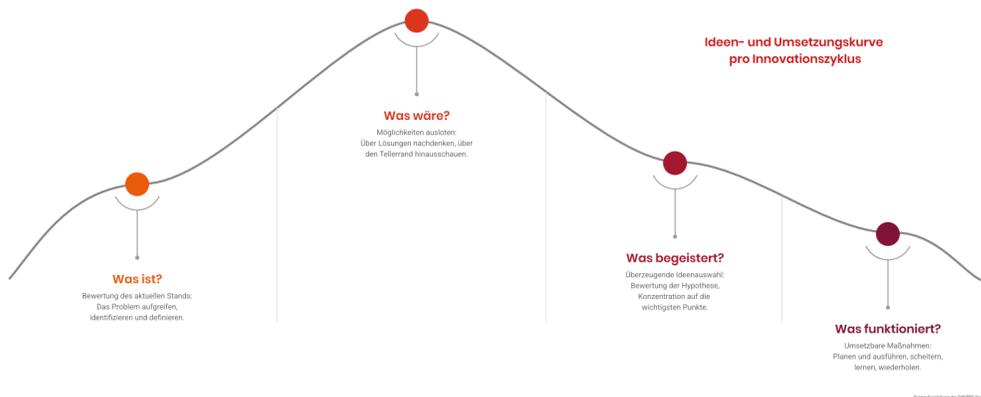
## Schritt 3: Festlegung der Verantwortlichen und Einbeziehung der Stakeholder

In Veränderungsprozessen ist es entscheidend, Betroffene zu Beteiligten zu machen, insbesondere bei der Implementierung von KI-Strategien. Berücksichtigen Sie die verbreitete Angst vor Jobverlust und begegnen Sie dieser mit Transparenz und Einbindung. Nach der strategischen Vorarbeit ist es wichtig, Ihre Vision von KI offen zu kommunizieren, zum Dialog einzuladen und Wissen mit den Mitarbeitenden zu teilen. Bestimmen Sie technische Unterstützer, inhaltliche Vertreter pro Abteilung und wer strategische Entscheidungen treffen darf. Legen Sie fest, wie Entscheidungen in einem Gremium getroffen werden, um niemanden zu übervorteilen, und wählen Sie eine geeignete Methodik für den Entscheidungsfindungsprozess. Eine bewährte Methode ist das Dot-Voting, auch Dotmocracy genannt, bei dem Gremiumsmitglieder Punkte auf verschiedene Optionen verteilen, um Prioritäten zu setzen.

## Schritt 4: Erfassung der Mehrwertdimensionen

Bestimmen Sie die Prioritäten für die Implementierung Ihrer KI-Strategie basierend auf vorherigen Analysen und der Einbindung der Mitarbeitenden. Mögliche Schwerpunkte könnten operative Exzellenz, Unterstützung der Mitarbeitenden bei schwieriger Fachkräfterekrutierung oder langwierigen Lernprozessen, Verbesserung der Kundenerfahrung oder Entwicklung des Unternehmens sein. Fragen Sie sich, wie sich das Geschäftsmodell weiterentwickeln muss, um zukunftsfähig zu bleiben, und welche Rolle KI dabei spielt. KI kann auch in der Entscheidungsunterstützung nützlich sein, indem sie Muster in großen Datenmengen erkennt und Entscheidungsempfehlungen vorbereitet.

Bewerten Sie die Mehrwertdimensionen in vier Schritten: Bestimmen Sie zunächst den Status quo, überlegen Sie dann, was sich ändern würde, wenn Ihr Alltag morgen auf den Kopf gestellt werden würde. Die Frage nach dem „Was wäre wenn“ ist dabei sehr mächtig. Unterstützen Sie diese Überlegungen, indem Sie bestehende Prozesse verneinen, inhaltlich umkehren oder in ihrer Bedeutung skalieren. Erfassen Sie Ihre Ideen, bewerten Sie diese nach dem Potenzial der Kundenbegeisterung und priorisieren Sie diese Prozesse nach oben. Überlegen Sie, welche kurz-, mittel- und langfristig umsetzbar sind und bewerten Sie den damit verbundenen Aufwand und geschaffenen Mehrwert zur eingesetzten Zeit.

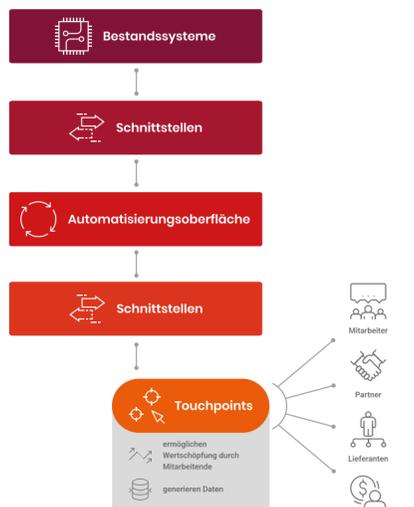


## Schritt 5: Festlegung von Steuerungsmechanismen, Kennzahlen und Kontrollverfahren

Bestimmen Sie, wie der Erfolg Ihrer Implementierung gemessen wird, indem Sie aktuelle Erfolgskennzahlen für den Bereich festlegen, in dem die Veränderung beginnt. Vermeiden Sie die Erstellung neuer, unnötiger Kennzahlen und orientieren Sie sich so weit wie möglich an Ihrem aktuellen Geschäftsmodell, um die Auswirkungen Ihrer Maßnahmen mit historischen Daten vergleichen zu können. Beispielsweise könnten im Vertrieb die Zeit von der Kundenanfrage bis zum Auftrag und im Kundenservice die Zeit bis zur Lösung eines Anliegens relevante Kennzahlen sein. Anwenden sollten Sie dabei das SMART-Prinzip, um Ihre Ziele spezifisch, messbar, erreichbar, realistisch und zeitgebunden zu gestalten.

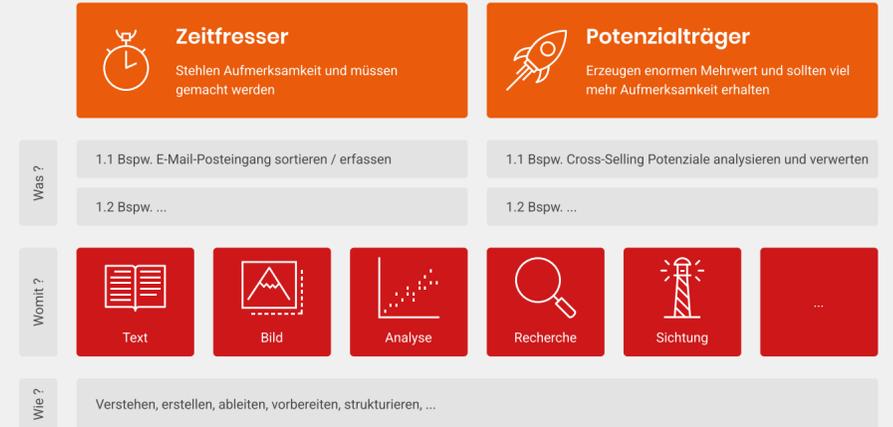
## Schritt 6: Erfassung der digitalen Landschaft und Verständnis der Daten

Erstellen Sie eine Übersicht Ihrer digitalen Berührungspunkte innerhalb der Organisation, an denen Mitarbeiter, Kunden oder Lieferanten und Partner interagieren. Jeder dieser Touchpoints hat eine spezifische Funktion, generiert Mehrwert und produziert Daten. Für eine authentische Abbildung der Prozesse, ohne betriebliche Abläufe grundlegend zu ändern, ist es essenziell, dass die Systeme miteinander kommunizieren können. Erfassen Sie für jeden Berührungspunkt die Art der Daten und den Mehrwert, der dort generiert wird. Prüfen Sie die Zugänglichkeit und Weiterverarbeitungsmöglichkeiten dieser Daten für maschinelle Zugriffe und ob die aktuell von Menschen durchgeführten Prozesse maschinell übernommen werden könnten. Nachdem diese Landschaft erfasst und analysiert wurde, überlegen Sie, welche Tools oder Plattformen zur Automatisierung der Prozesse eingesetzt werden könnten, wie beispielsweise *Microsoft Power Automate*, *n8n* oder ähnliche. Achten Sie darauf, dass über diese Tools sensible Daten gesendet werden könnten, und verschaffen Sie sich ein klares Bild, wie diese Tools in Ihrer eigenen geschützten Infrastruktur laufen können.



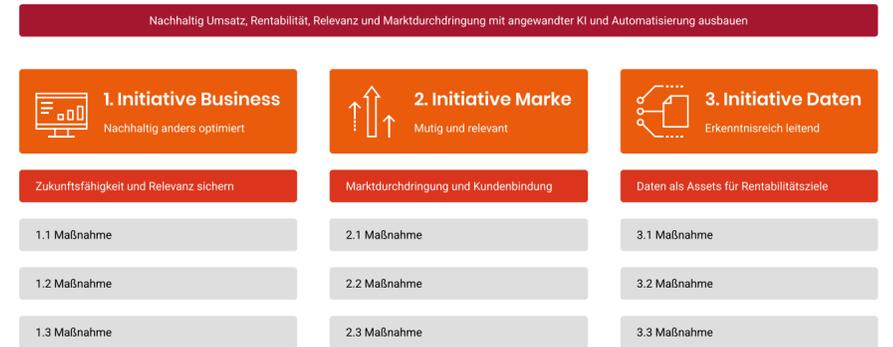
## Schritt 7: Strukturierung und Erfassung von Prozessen

Strukturieren Sie Ihre Prozesse und erheben Sie bei den identifizierten Share- und Stakeholdern die existierenden Abläufe. Eine bewährte Methode ist es, nach Prozessen zu fragen, die viel Zeit in Anspruch nehmen, aber dennoch notwendig sind, sowie nach Prozessen mit hohem Potenzial, die mehr Aufmerksamkeit verdienen. Für jeden erfassten Prozess analysieren Sie die erforderlichen Tätigkeiten, ob zum Beispiel Texte verfasst, Bilder erstellt, Analysen durchgeführt oder Recherchen angestellt werden müssen. Erfassen Sie alle Details, da für fast jede Aktivität spezialisierte Modelle oder Tools existieren, die diese übernehmen können. Definieren Sie zudem, wie die Umsetzung erfolgt, z.B. durch Analysieren, Ableiten, Vorbereiten, Strukturieren etc. Unterscheiden Sie bei den Ergebnistypen grundsätzlich zwischen Text, Video, Bild, Code, Sprache, 3D, Sound und weiteren.



## Schritt 8: KI-Zielbild für Business, Marke und Daten festlegen

Dokumentieren Sie die gesammelten Daten in einem strategischen Rahmen und definieren Sie Ihr Hauptziel, etwa die Steigerung von Umsatz, Rentabilität oder Relevanz. Legen Sie basierend auf Ihrer Strategie drei Wirkungssäulen, wie das Geschäftsmodell, die Kundenerfahrung und das Datenmanagement, fest. Für jede Säule fixieren Sie kurz, was Sie mit den Maßnahmen erreichen wollen und definieren Sie drei konkrete Aktionen.



## Schritt 9: Umsetzungsplan teilen, reflektieren und iterativ anpassen

Teilen Sie Ihren Maßnahmenplan intern und extern mit Vertrauenspersonen. Überprüfen Sie, ob der Mehrwert der Maßnahmen erkennbar ist, und sammeln Sie so viel Feedback wie möglich. Überlegen Sie, welcher Weg die einfachste Umsetzung der jeweiligen Maßnahme erlaubt. Zerlegen Sie die Maßnahme in kleinere Erfolge und starten Sie mit dem kleinsten gemeinsamen Nenner, der es Ihnen ermöglicht, einen Mehrwert zu schaffen. Dieser Ansatz wird oft als Minimum Viable Product (MVP) bezeichnet.

## Schritt 10: Anlegen und Weiterentwickeln eines Prompt-Inventars

Mit dem Beginn der KI-gestützten Umsetzung Ihrer Maßnahmen und Prozesse werden Sie schnell auf die Bedeutung von Prompts stoßen. Diese dienen dazu, generativen KI-Systemen mitzuteilen, was diese basierend auf dem trainierten Sprachmodell für Sie erstellen sollen – sei es ein Social-Media-Post für LinkedIn, das Design eines neuen Möbelstücks, ein 3D-Rendering aus einem Foto oder die Analyse von Finanzdaten. Für jede Aufgabe übergeben Sie der KI spezifische Anweisungen, inklusive der Informationen, auf die sie zurückgreifen soll, um Ergebnisse zu generieren. Beginnen Sie, diese Anweisungen zentral zu sammeln und zu standardisieren, um einen einheitlichen Kommunikationsstandard mit der KI in Ihrer Organisation zu etablieren. Sollten Sie in der nächsten Stufe eigene Modelle trainieren, dann halten Sie den Trainingsrahmen und die -einheiten genauso geordnet und strukturiert fest.

Nachdem Sie die ersten Schritte umgesetzt haben, widmen Sie sich den nächsten Maßnahmen in der definierten Prioritätenliste. Ergänzen Sie kontinuierlich weitere Aufgaben, die zunächst nicht im Fokus standen, basierend auf ihrer Priorisierung. Verfeinern Sie nach jeder umgesetzten Maßnahme Ihr strategisches Zielbild und reflektieren Sie die erzielten Ergebnisse, um kontinuierlich Verbesserungen vorzunehmen und Ihre Strategie zu schärfen.

Dieser Implementierungsplan soll Ihnen dabei helfen, generative KI als strategischen Hebel in Ihrer Organisation zu etablieren und Automatisierungsprozesse konsequent voranzutreiben. Die Anwendungsbereiche sind vielfältig, und einige davon möchten wir in einer losen Webinar-Reihe zusammen mit INSIDE im Laufe des Jahres vorstellen. Zum Beispiel können Sie Wettbewerbsbeobachtungen durchführen, Entscheidungen treffen und strategische Empfehlungen erhalten. Auch die Automatisierung Ihrer Arbeit in sozialen Medien und im Marketing, einschließlich der Erstellung von Produktbeschreibungen oder der Übersetzung von Inhalten bis hin zur Präsentation neuer Produkte, ist möglich. Dabei geht es nicht nur um Texte, sondern auch um Avatare oder die Generierung von Bildern. Weitere Anwendungsfälle umfassen die Personalisierung von Inhalten und die Erzeugung professioneller Bilder. Besonders wertvoll kann die Analyse bestehender Daten sein, aus der sich beispielsweise Cross- oder Upselling-Potenziale sowie Empfehlungen für Ihr bestehendes Produktportfolio ableiten lassen, etwa bei neuen Ausschreibungen.

Im Vertrieb können Sie Ihre Verkaufsstrategien für alle transparent machen. In der Beratung kann das Wissen Einzelner schnell und einfach der gesamten Organisation zur Verfügung gestellt werden. Die Bearbeitung des Posteingangs, das Strukturieren von Dokumenten und die Extraktion relevanter Informationen können ebenfalls durch Ihre neue digitale Architektur übernommen werden. Meetings werden konstruktiver geführt, Zusammenfassungen visuell ansprechend aufbereitet und automatisiert an Teilnehmer versandt. Aufgaben aus Meetings werden extrahiert und automatisch in Folgetermine oder Arbeitspakete umgewandelt. Auch in der Finanzbuchhaltung, bei der Organisation von Belegen, der Auswertung und der Liquiditätsplanung können digitale Assistenten unterstützen. Die Erweiterung des Geschäftsmodells sowie die Erkundung neuer Geschäftsmöglichkeiten, basierend auf Markt- und Wettbewerbsdaten, und die Verbesserung der Sichtbarkeit in Suchmaschinen sind weitere strategische Hebel. Dies sind nur einige Beispiele von vielen, die unseren Alltag prägen und verbessern werden. ■