

CEO-Tipp *des Monats*

von Guido Quelle

Machen Sie KI zur Aufgabe der Unternehmensführung



KI, Künstliche Intelligenz, ist ein Werkzeug. KI ist keine Religion, KI hat keine eigene Weltanschauung. Wir nutzen Künstliche Intelligenz, um Aufgaben zu lösen. Das muss man sich immer wieder vor Augen führen, insbesondere auch dann, wenn zunehmend durch die Presse geht, dass eine KI sich wieder einmal selbstständig gemacht hat, irgendwo „ausgebrochen“ ist oder dass Anthropic sein Modell „Claude Mythos 5“ wegen seiner weitreichenden Fähigkeiten insbesondere in Cybersicherheit und Biologie nur einem begrenzten Kreis ausgewählter Partner und Forscher zugänglich gemacht hat.

KI ist ein Werkzeug, das Aufgaben lösen soll. Technische, kaufmännische, militärische, medizinische Probleme und Aufgaben sollen konstruktiv und produktiv gelöst werden. KI soll einen Vorteil verschaffen. Dies können Produktivitätsvorteile im Unternehmen, Geschwindigkeitsvorteile, Vorteile im Verteidigungsfall, Vorteile für Kunden, Lieferanten, Patienten, Lehrer, was und für wen auch immer sein. KI kann auch Freude verschaffen: bei der Bilderstellung, bei der Übergabe von langweiligen oder aufwendigen Planungsaufgaben an einen KI-Assistenten, beim Gaming.

Es gibt auch DIE KI nicht. Wir sehen Large Language Models, Assistenten, bildgebende und bilddauswertende Systeme, Machine Learning und so fort. Die Liste der Anwendungen ist lang. Von „der KI“ zu sprechen, erscheint also undifferenziert. Haben Sie schon vom aktuellen Stand in Sachen BCI gehört? Brain-Computer-Interface? Auch dort wird KI eingesetzt.

Wie soll die Unternehmensleitung hier den Überblick behalten? Welches sind die richtigen KI-Anwendungen für Ihr Unternehmen? Welche Fragen müssen Sie beantworten? Welche rechtlichen, ethischen und unternehmensspezifischen Punkte sind zu berücksichtigen? Wie schützen Sie vertrauliche Daten, geistiges Eigentum und unternehmenskritisches Know-how vor externem und internem Missbrauch?

Ich beobachte aktuell, zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Beitrags, einen Mix aus Unkenntnis, Unruhe, Verunsicherung, Verzettlung und, ja, auch Unordnung in Unternehmensführungsgremien hinsichtlich des Themas „Künstliche Intelligenz“. Man probiert etwas aus, baut Agenten, schließt Abos ab, aber eine KI-Strategie, die sehe ich in wenigen Unternehmen. Zu groß ist die Informationsflut, zu viele Möglichkeiten existieren, zu schnell ist die Entwicklung von KI – in allen oben genannten Bereichen.

Wenn Sie sich und Ihrem Unternehmen wirklich etwas Gutes tun wollen, dann betrachten Sie KI aus Unternehmensführungsicht. Gehen Sie, ebenso wie bei der Erarbeitung Ihrer Unternehmensstrategie, strategisch und top-down vor. Lassen Sie sich nicht durch die vielen KI-Details ablenken. Vor allem: Verknüpfen Sie KI mit Ihrer Unternehmensstrategie. So wie eine Vertriebsstrategie ohne gut definierte Marktsegment-Strategien keinen Sinn ergibt, ergibt auch eine „KI-Strategie“ singulär keinen Sinn. Sie wird erst dann wirksam, wenn die Unternehmensstrategie und die Marktsegment-Strategien klar sind. Dabei ist besonders zu beachten, dass eine Wechselwirkung herrscht, denn der Einsatz von KI kann durchaus neue Marktsegmente erschließen und die Strategie in bestehenden Marktsegmenten verändern.

Das Vorgehen, um zu einem wirksamen KI-Einsatz zu kommen, muss durch die Anbindung an die Strategie geprägt sein. Welche Kunden wollen wir erreichen? Welche Vorteile wollen wir schaffen? Welche Effizienzen wollen wir heben? Wo wollen wir „mitschwimmen“, wo wollen wir innovieren? Das sind leitende Fragen. Bringen Sie zwei Perspektiven zusammen: eine KI-Perspektive, die viele Optionen eröffnet, und eine Strategieperspektive, die diese Optionen mit Ihnen auf ihren Beitrag zur Unternehmensstrategie prüft. Dieser Mix ist zielführend und sorgt dafür, dass KI in Ihrem Unternehmen den richtigen Einsatz erfährt.