

Liebe Leserinnen, liebe Leser, wie nähern wir uns einem Thema, dessen Auswirkungen vom Bezahlvorgang an der Supermarktkasse bis hinein in die Tiefen der Medizin reichen? Einem Thema, das Experten bereits mit jedem Superlativ beschrieben haben? Das Arbeits- und Privatleben gleichermaßen verändert? Unser Ansatz: Wir nähern ihm uns mit dem Blick fürs Machbare. Als wir dieses Buch planten, war dies unsere Vorgabe. Beim Zusammenstellen der Themen und beim Schreiben hatten wir die Menschen vor Augen, die in ihren Organisationen den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) voranbringen. Die verstehen wollen, welche Möglichkeiten in Technologie stecken. Die Entwicklungen vorantreiben, Projekte aufsetzen und Organisationen umstrukturieren. Unser Ziel ist es, KI greifbar zu machen. Deswegen beschäftigen wir uns nicht mit theoretischen Diskussionen wie dem Philosophieren über starke KI – also Anwendungen, die es in Intellekt und Flexibilität mit dem menschlichen Geist aufnehmen können. So interessant solche Gedankenspiele sind, sie helfen im Hier und Jetzt nicht weiter. Wer heute über KI-Projekte entscheidet, dem nutzt der Blick auf den fernen Horizont der Entwicklung wenig. Der will greifbare Informationen.

Greifbar bedeutet für jede Branche etwas anderes: Einen Automobilhersteller treiben andere Themen um als eine Bank. Ein Pharmaunternehmen muss anderen regulatorischen Anforderungen genügen als ein Handelsunternehmen. Entsprechend unterschiedlich sind die Voraussetzungen und denkbaren Einsatzszenarien. Diesen Unterschieden tragen wir in den Kapiteln Rechnung, die sich einzelnen Branchen widmen. Expertinnen und Experten beleuchten Branchenbesonderheiten und KI-Einsatzmöglichkeiten. Sie zeigen, wie datengetriebene Anwendungen Bestehendes verändern und Neues ermöglichen.

Greifbar bedeutet für uns aber auch, KI-Themen und -Fragestellungen herauszugreifen, die für jede Entscheiderin und jeden Entscheider relevant sind – unabhängig von einzelnen Branchen. Die Kommunikation mit Kunden ist so ein Thema: KI erlaubt eine Art der persönlichen Ansprache, die bisher im großen Maßstab undenkbar war. Chatbots sind eine Ausprägung dieser Entwicklung. Im zweiten Teil des Buches stellen wir Ihnen eine ganze Reihe dieser branchenübergreifenden Themen vor – von Kommunikation über vorkonfigurierte KI-Anwendungen bis hin zu KI-geprägten Arbeitsmodellen, Stichwort »New Work«.

Am Anfang des Buches stehen einige grundlegende Überlegungen zu KI. Der Fokus liegt auf den Veränderungen, die datengetriebene Anwendungen für Management, Unternehmen und Projektarbeit mit sich bringen. Unter anderem stellen Ihnen unsere Autoren und Autorinnen mit »Building AI-based Systems« (BAIBS) und dem »Interaction Room« (IR) ein Projektvorgehensmodell beziehungsweise Projektwerkzeug vor. Zwei Konzepte, die den eingangs beschriebenen Blick fürs Machbare widerspiegeln. Sie erlauben es Unternehmen, systematisch die eigenen KI-Potenziale zu entdecken und in Anwendungen umzumünzen.

Wohin die Reise mit der KI geht, kann niemand seriös beantworten. Wer hätte vor zehn Jahren vorhergesagt, wie Smartphones und Apps Leben und Wirtschaft verändern? Irgendwann fahren Autos selbst und die Algorithmen arbeiten in Bereichen, die wir uns heute kaum vorstellen können. Aber wo die Reise gerade startet, davon haben wir eine recht genaue Vorstellung. Wir befragten über 300 Unternehmensverantwortliche und 1000 Endkunden und -kundinnen zu ihren Einstellungen, Plänen und Erwartungen an KI. Dabei zeigte sich unter anderem: Verbraucherinnen und Verbraucher

sind neuen Anwendungen gegenüber offener, als es die Berichterstattung der letzten Wochen und Monate vermuten lässt. Die Analyse der Umfrageergebnisse rundet unseren Blick auf KI ab.

Zwei Themen ziehen sich, unabhängig von den jeweiligen Inhalten, quer durch fast jeden der folgenden Beiträge: Daten und Menschen. Daten sind inzwischen der Stoff, aus dem die unternehmerischen Träume sind. Seien es personenbezogene Daten, Nutzungsdaten, Umweltdaten, Verkaufsdaten, Produktionsdaten oder Maschinendaten: Unternehmen, die richtig mit ihnen umgehen, die richtigen Schlüsse aus ihnen ziehen und auf ihrer Basis neue Services und Produkte anbieten, gehören zu den Gewinnern. Denn Daten sind der Treibstoff, der viele neue Geschäftsmodelle oder Anwendungsfälle befeuert: ohne Daten keine KI.

In all dem muss der Mensch seine Rolle neu finden. Wie sich die Zusammenarbeit zwischen dem Menschen und der KI gestalten wird, ist eine der spannendsten Fragen der nächsten Jahre. Fähigkeiten wie Kreativität, Methodenwissen oder das Erbringen von Transferleistungen werden immer bedeutender. Denn das sind Kompetenzen und Fertigkeiten, die KI-Anwendungen auf absehbare Zeit nicht kopieren

können. Spätestens beim Small Talk an der Kaffeemaschine, aus dem die nächste große Produktidee entsteht, ist jede KI-Anwendung hoffnungslos unterlegen.

Ich hoffe, dass Sie am Ende der Lektüre ein besseres Verständnis dafür haben, welche Rolle KI in Ihrem Umfeld spielen kann. Ein Verständ-

nis dafür, wie aus Daten Geschäft werden kann. Und dass Sie beim Lesen so viel Vergnügen haben wie wir beim Schreiben.

Herzliche Grüße

Volker Gruhn