

## Digitalisierung inkl. Künstliche Intelligenz (KI) in Unternehmen: Nicht dem Hype folgen, sondern den Nutzen finden



Der Artikel beschäftigt sich mit der Frage, wie Unternehmen die Digitalisierung inklusive Künstlicher Intelligenz (KI) sinnvoll nutzen können, ohne dem Hype zu erliegen. Anhand eines Beispiels wird gezeigt, dass nicht jede KI-Lösung einen Mehrwert für das Geschäft bringt und dass manchmal analoge Methoden vorzuziehen sind. Der Artikel plädiert für ein Gleichgewicht zwischen Fortschritt und Verantwortung bei der Umsetzung von KI-Projekten und empfiehlt, den Nutzen für das eigene Unternehmen im Blick zu behalten.

### Einleitung

Digitalisierung im Allgemeinen und jetzt seit der Veröffentlichung von ChatGPT durch OpenAI im November 2022 speziell die Künstliche Intelligenz (KI) sind allgegenwärtige Schlagworte in den Medien, auf Fachmessen, auf dem Büchermarkt und in Diskussionen.

Viele Unternehmen investieren in KI-Projekte, um ihre Prozesse zu optimieren, ihre Kunden zu begeistern oder neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Doch nicht immer führt der Einsatz von KI zu den erhofften Ergebnissen. Manchmal kann es sogar sinnvoller sein, auf bewährte analoge Methoden zurückzugreifen, wenn diese einen höheren Nutzen stiften. In diesem Artikel wollen wir anhand eines Beispiels zeigen, warum es wichtig ist, nicht dem Hype zu folgen, sondern für das eigene Unternehmen den passenden Weg mit Maß und Mitte in der Umsetzung der Digitalisierung inkl. der KI zu finden. "Maß und Mitte" bei Technologie bedeutet, ihre Vorteile klug zu nutzen, ohne dabei die Risiken zu ignorieren, um ein Gleichgewicht zwischen Fortschritt und Verantwortung zu wahren.

### Das Beispiel: Digitales Shopfloor Management mit KI

Shopfloor Management ist eine Methode zur Steuerung und Verbesserung der Produktion sowie auch administrativer Prozesse in den Büros auf der Ebene der Mitarbeiter. Dabei werden regelmäßig kurze Besprechungen vor Ort abgehalten, um Probleme zu identifizieren, Lösungen zu erarbeiten und Erfolge zu

## **Blog-Artikel: Maß und Mitte in der Nutzung der künstlichen Intelligenz (KI)**

---

messen. Shopfloor Management ist eine bewährte Praxis, die in vielen Unternehmen zu einer höheren Produktivität, Qualität und Mitarbeiterzufriedenheit führt. Ein Unternehmen wollte jetzt sein Shopfloor Management digitalisieren, um noch mehr Effizienz zu erzielen. Dazu setzte es eine Digitalisierungslösung inkl. KI ein, die die Daten aus den Produktionsanlagen analysierte, automatisch Probleme erkannte und Vorschläge zur Optimierung machte. Die Mitarbeiter sollten diese Vorschläge über eine App abrufen und umsetzen.

### **Das Ergebnis: Ein Rückschritt statt eines Fortschritts**

Diese Lösung erwies sich jedoch als ein Flop. Die Mitarbeiter waren mit der App überfordert. Die Kommunikation und die Zusammenarbeit im Team litten unter der digitalen Distanz. Die Mitarbeiter fühlten sich entmündigt und verloren das Vertrauen in die Digitalisierung und die speziell in die KI. Die Produktivität und die Qualität sanken, statt zu steigen. Das Unternehmen erkannte seinen Fehler und kehrte zum analogen Shopfloor Management zurück. Die Mitarbeiter waren erleichtert und konnten wieder ihre Erfahrung und ihr Wissen einbringen. Die Produktion verbesserte sich wieder und das Unternehmen sparte sich die Kosten für die KI-Lösung.

### **Die Lehre: Die richtige Mitte finden**

Das Beispiel zeigt, dass digitale Lösungen mit KI nicht immer die beste Lösung ist. Besonders KI kann zwar viele Vorteile bieten, wenn sie richtig eingesetzt wird, aber sie kann auch Nachteile haben, wenn sie falsch eingesetzt wird. KI ist kein Allheilmittel, das alle Probleme löst, sondern ein Werkzeug, das sorgfältig ausgewählt, angepasst und evaluiert werden muss. Dabei muss immer der wirtschaftliche Nutzen im Vordergrund stehen. KI sollte nicht dem Hype folgen, sondern dem Bedarf entsprechen. KI sollte nicht die Menschen ersetzen, sondern sie unterstützen. KI sollte nicht die Kommunikation und die Zusammenarbeit behindern, sondern fördern. KI sollte nicht die Komplexität erhöhen, sondern reduzieren. Nur so kann KI einen echten Mehrwert für Unternehmen schaffen.