

Generative KI und die Zukunft der Customer Experience



Das 5-Level-Modell für innovative Kundeninteraktionen

Nina HALLER
Kai MÜLLER
Luise HÜBBE
Linda STAUFFENBERG

experienceone.ai



Executive Summary



INNOVATION GESTALTEN

Um sich als Innovationsführer am Markt zu positionieren und zu behaupten, müssen Unternehmen echte Innovationen für Kund:innen gestalten. Dafür halten sie mit generativer KI den entscheidenden Hebel in der Hand.

IMPACT VERSTEHEN

Um die fundamentalen Auswirkungen auf die Customer Experience zu verdeutlichen, stellen wir fünf Level generativer KI-Experience vor, die zeigen, wie Unternehmen jetzt und in Zukunft völlig neue kundenzentrierte Produkte und Services innovieren und die Customer Experience transformieren können. Auf dieser Basis gilt es, eine klare Vision für den Einsatz von generativer KI zu entwickeln.

ZIELGERICHTET IMPLEMENTIEREN

Die KI-Transformation gelingt nur mit dem Verständnis für den eigenen Status quo, einer klaren Zielstellung, der geeigneten Strategie und der strukturierten Implementierung. Das AI Maturity Framework hilft, die relevanten Dimensionen im Unternehmen zu erkennen und liefert konkrete Ansätze für die Umsetzung.

Inhaltsverzeichnis

- 04 Generative KI als Hebel für Innovation
- 05 Chancen generativer KI für die Customer Experience
- 07 Die 5 Level generativer KI-Experience
 - 09 Generative KI in der Kundenberatung
 - 10 Next-level Customer Centricity mit generativer KI
- 11 AI Maturity Framework
 - 11 Level 1: Tool
 - 11 Level 2: Assistant
 - 11 Level 3: Co-Pilot
 - 12 Level 4: Professional
 - 12 Level 5: Innovator
- 18 Implementierungsleitfaden
- 24 Exkurs: Neue Technologie stellt neue Anforderungen
 - 25 10 Best Practices für erfolgreiche KI-Projekte
- 27 Vorteile des AI Maturity Frameworks
- 29 Leading through AI
- 30 Über die Autor:innen
- 31 Quellenverzeichnis
- 32 Glossar
- 33 Impressum

Generative KI als Hebel für Innovation

● Aufgrund ihrer neuartigen Fähigkeiten und ihrer rasant fortschreitenden Evolution verfügt generative KI über eine bisher ungeahnte disruptive Kraft. Damit steht sie zu Recht im Mittelpunkt der Diskussionen über zukünftige Innovationen und Unternehmensstrategien.

Denn: **Generative KI bietet die einzigartige Chance, den Durchdringungsgrad der digitalen Transformation auf eine neue Ebene zu heben und komplett neue Wertversprechen, Wertschöpfungsketten, Ertragsmechanismen sowie Geschäftslogiken zu schaffen.** Sie ist nicht nur eine Technologie, sondern ein strategischer Hebel, der Unternehmen dabei unterstützt, Innovationen voranzutreiben und nachhaltiges Wachstum zu erzielen.

So glauben auch 70% der DAX-Konzerne, dass generative KI ihr Geschäftsmodell verändern wird.¹ Durch den Einsatz können Unternehmen effizienter arbeiten, Ressourcen besser nutzen und ihre Kundenbeziehungen optimieren. Das gilt für die gesamte Wertschöpfungskette sowie alle Industrien, ganz gleich ob Großkonzern oder Mittelstand. 96% der deutschen Vorstände haben generative KI auf ihrer Agenda.²

Die strategische KI-Integration angehen

Je fortgeschrittener und besser integriert die KI, desto stärker agiert sie als strategischer Partner, der Entscheidungen beeinflussen und zunehmend autonom treffen kann. Dies ermöglicht eine neue Form der Geschäftsflexibilität, bei der KI-gesteuerte Systeme schnell auf Marktveränderungen reagieren und proaktiv innovative Lösungen entwickeln können, was zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit führt.

Bei der Einführung von generativer KI im Unternehmen sind eine klare Vision und eine durchdachte Roadmap essenziell, denn neben dem reinen Technologieverständnis bringt generative KI vielschichtige Herausforderungen mit sich: von der Veränderung von Organisationsstrukturen und internen Abläufen über die Bereitstellung von Wissen bis hin zur Entscheidungsfindung und der Art der Zusammenarbeit.

Mit dem richtigen Transformationsansatz wird generative KI der Katalysator für Innovation sein, der Unternehmen ermöglicht, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und auszubauen.

”

Künstliche Intelligenz ist nicht nur eine Technologie, sondern ein strategischer Hebel, der Unternehmen dabei unterstützt, Innovationen voranzutreiben und nachhaltiges Wachstum zu erzielen.



Nina Haller
CMO
Experience One

70%

der DAX-Konzerne glauben, dass generative KI ihr Geschäftsmodell verändern wird.

96%

der deutschen Vorstände haben generative KI auf ihrer Agenda.

Chancen generativer KI für die Customer Experience

● Bei Innovation denken wir oft zunächst an Technologie. Entscheidend ist jedoch nicht die Entstehung einer neuen Technologie, sondern der nachhaltige Mehrwert, den sie für die Customer Experience (kurz: CX) generiert, sowie deren breite Akzeptanz, wenn „New Tech“ zum „New Normal“ wird. Die fortschreitende Digitalisierung und Globalisierung setzen Unternehmen quer durch alle Branchen erheblich unter Druck. Angesichts der zunehmenden Produktähnlichkeit, verschärften Preiskonkurrenz und steigenden Markttransparenz **wird die Customer Experience nicht nur ausschlaggebend für den Unternehmenserfolg, sondern auch ganz klar einer der entscheidenden Innovationstreiber.**

KI-Investitionen im Bereich CX

Laut einer Gartner-Umfrage gaben knapp fünf Monate nach dem Launch von ChatGPT fast die Hälfte der Führungskräfte an, ihre Investitionen in KI erhöht zu haben. Dabei lag der Hauptschwerpunkt auf den Bereichen Customer Experience und Retention.³ 20 Jahre lang haben Unternehmen unter dem Schirm von CRM-Systemen versucht, die CX zu personalisieren – bisher vergebens. Jetzt versetzt generative KI sie in die Lage, hochpersonalisierte und innovative Kundeninteraktionen zu kreieren und zu skalieren. Diese Entwicklung birgt das Potenzial, die Customer Experience vollständig zu revolutionieren.

Nur Unternehmen, die ihre Kund:innen verstehen und deren Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen, können nachhaltige Beziehungen aufbauen und ihre Marktposition festigen. Im Kontext der KI-Transformation ist es besonders wichtig, die Entwicklung digitaler Lösungen an den Bedürfnissen der Nutzenden auszurichten, daraus zu lernen und neue Insights zu gewinnen. **Der Mensch muss immer im Zentrum eines verantwortungsvollen Technologieeinsatzes stehen.** Nur so können Unternehmen sicherstellen, dass sie frühzeitig mit den richtigen und wettbewerbsfähigen digitalen Lösungen am Markt sind, die Menschen als „New Normal“ von ihnen erwarten – und sich so als Innovationsführer positionieren. Wohingegen alle, die mit dem Tempo nicht Schritt halten (können), binnen kürzester Zeit nicht nur hinter den Vorreitern, sondern damit auch hinter den steigenden Kundenerwartungen zurückfallen werden.

”

Generative KI verspricht, wovon Unternehmen seit 20 Jahren träumen: innovative, personalisierte und skalierbare Kundenerlebnisse.



Linda Stauffenberg
Geschäftsführerin
Experience One

Schlüsselmaximen für den KI-Erfolg

Wir sind davon überzeugt, dass es für Unternehmen erfolgskritisch wird, die nachfolgenden Chancen für die Customer Experience zu nutzen. Wer diese Chancen in Erfolgsgeschichten verwandeln möchte, braucht ein tiefes Verständnis der Fähigkeiten generativer KI, eine klare Vision vom konkreten Einsatz für die Customer Experience sowie die notwendige KI-Reife, um genau dies auch liefern zu können.

- 01 Verbesserte Kundenzufriedenheit und -bindung**
Generative KI ermöglicht leicht zugängliche, personalisierte und kontextuell relevante Produkte und Services für ein breites Kundenspektrum mit unterschiedlichen Bedürfnissen.
- 02 Die nächste Stufe der Kundeninteraktion**
Durch ihre Sprachfähigkeit ermöglicht Generative KI neue Formen des Kundendialogs und eine interaktionsgetriebene Customer Experience.
- 03 1:1-Beratungsqualität weltweit skaliert**
KI steigert die Effizienz im Kundenservice durch Automatisierung und Personalisierung, erlaubt neue Services, wo bisher keine möglich waren, und unterstützt Unternehmen dabei, die Qualität einer emotional intelligenten Kundenberatung zu steigern.
- 04 Optimierte Customer Journey**
Tiefe Einblicke in Kundenverhalten und -präferenzen ermöglichen datengetriebene Entscheidungen und die Optimierung aller Touchpoints entlang der Customer Journey entsprechend der Kundenbedürfnisse.
- 05 Customer Experience als Wachstumshebel**
Unternehmen, die generative KI in ihre CX-Strategien integrieren, nutzen Kundeninnovationen als wichtigen Hebel, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren, ihre Marktposition zu festigen und sich als Innovationsführer zu etablieren.
- 06 Gesteigerte Innovationskraft**
Die Investition in die technologische Reife und kontinuierliche Weiterentwicklung von künstlicher Intelligenz sowie deren Integration in die unternehmenseigene technologische Infrastruktur legen den Grundstein für zukünftige Innovationen.

Die folgenden Kapitel helfen Unternehmen, genau dies zu erlangen, indem sie die entscheidenden Initiativen für eine eigene Roadmap auf dem Weg zum KI-Innovator ableiten, die nicht nur die technischen Aspekte der Implementierung berücksichtigen, sondern auch die strategischen, organisatorischen und kulturellen Herausforderungen adressieren.

5 Level generativer KI-Experience

● Eine klare Vision ist der erste Schritt, um die richtigen Initiativen zu priorisieren. Ein konkretes Zielbild bildet außerdem die Basis für eine transparente und nachvollziehbare Kommunikation und sichert so das notwendige Vertrauen, Engagement und Commitment innerhalb des Unternehmens, einschließlich der Geschäftsleitung. Um die eigene Vision für den Einsatz generativer KI zu formulieren, ist ein gemeinsames Verständnis von den Fähigkeiten und dem Impact von generativer KI entscheidend.

Ein eindeutiges Bewertungsmuster zur Kategorisierung generativer künstlicher Intelligenz ist dabei sinnvoll. Die Vielfalt an unterschiedlichen teils sogar irreführenden Benennungen und Formulierungen am Markt, fordert einmal mehr eine eindeutige Systematik, die Unternehmen eine transparente und realistische Einordnung generativer KI ermöglicht. Wir arbeiten dafür mit einem Modell, das fünf Level

generativer KI-Experiences skizziert und Unternehmen dabei unterstützt, deren Auswirkungen auf die Experience zu erfassen. Es hilft Unternehmen, hinter den Hype zu blicken und einzuordnen, wie generative KI genutzt werden *kann* und – noch viel wichtiger – wie dies in Zukunft tun getan werden *sollte*.

Disruption der Kundeninteraktion

Die Kategorisierung beschreibt einen steigenden Grad an Performance und Autonomie von KI und leitet deren Potenzial für die Customer Experience ab. Vom Tool, über den Assistant, den Co-Pilot und den Professional bis hin zum Innovator gibt das Modell an, welche Unterstützung GenAI bietet. Mit steigendem Level erhöht sich nicht nur die

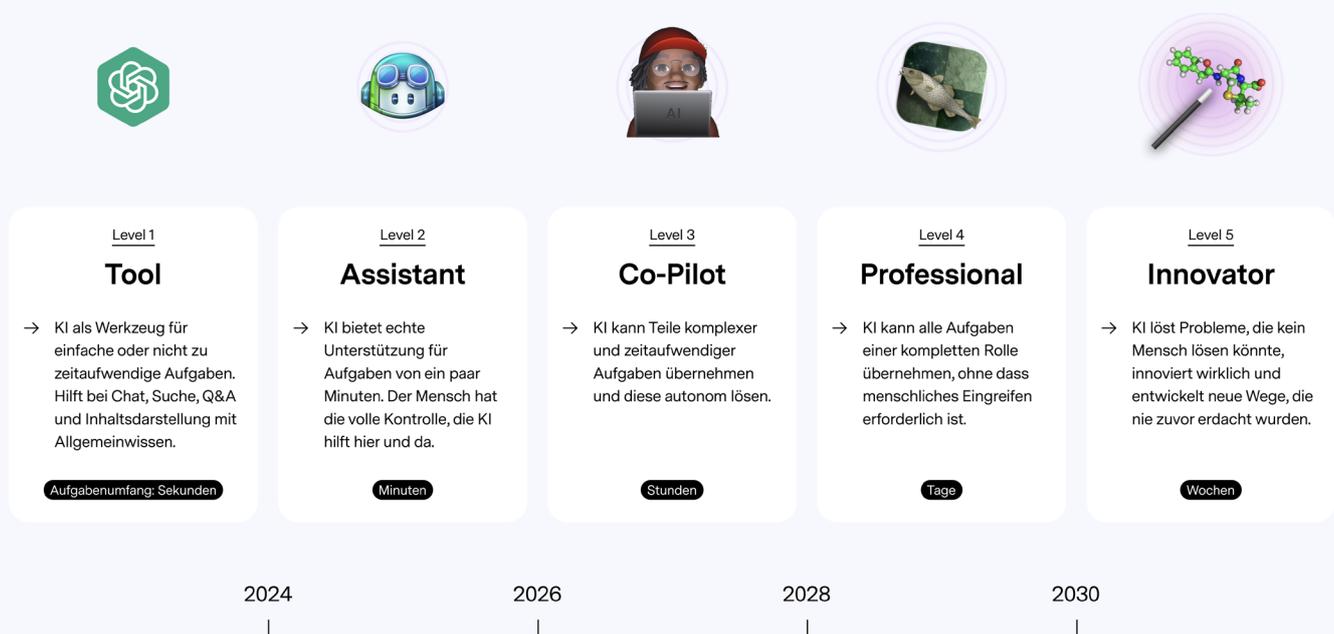


Abbildung 1: Die 5 Levels generativer KI-Experience

Komplexität der Aufgaben hinsichtlich Anspruch und Umfang sowie die Selbstständigkeit generativer KI, sondern auch der positive Impact auf die Customer Experience. Dieser steigt ab Level 3 signifikant – die KI geht in den „Lead“ und übernimmt einen Großteil der Aufgabe – wie der namensgebende Co-Pilot im Flugzeug, der einen Großteil des Flugs lediglich unter Aufsicht eines Piloten selbstständig bewältigt. An diesem Punkt erfolgt der eigentliche disruptive Wandel. Erst wenn ein Paradigmenwechsel stattfindet, bei dem generative KI eigenständig komplexe und zeitaufwendige Aufgaben übernehmen kann, wird der tiefgreifende Einfluss auf das Umfeld, die Organisationsstrukturen, den Arbeitsplatz und die zukünftige Arbeitsweise sowie die Customer Experience wirklich spürbar.

Die unterschiedlichen Entwicklungsstadien bauen aufeinander auf. Unternehmen, die diese Disruption mitgestalten und frühzeitig wettbewerbsfähige digitale Lösungen in den Markt bringen wollen, müssen proaktiv handeln, gegenwärtig intensiv in den Levels 1 und 2 tätig sein und dadurch die Voraussetzungen für Level 3 schaffen. Darüber hinaus ist das erforderliche Fortschrittsniveau stark von der jeweiligen Branche und deren Prozessen abhängig. Unternehmen müssen nicht zwingend die vollständige Entwicklung bis Level 5 durchlaufen: Um sich als Innovationsführer im Markt zu etablieren, muss das Ziel sein, in der eigenen Branche das höchste Level bei gleichzeitig tiefster und wertschöpfendster Integration im Vergleich zum Wettbewerb zu erreichen.

Adaptionsgeschwindigkeit entscheidet

Die 5 Level generativer KI-Experiences orientieren sich an bereits bewährten Systematisierungen anhand von fünf Stufen zum selbstfahrenden Fahrzeug – den SAE Levels of Driving Automation⁴ – sowie den Levels of AGI von Google DeepMind⁵. Während erstere die Entwicklung des autonomen Fahrens in einem Fünf-Jahres-Rhythmus skizziert, erwarten wir im Bereich generativer KI eine höhere Entwicklungsgeschwindigkeit mit einem Intervall von zwei Jahren, weshalb Unternehmen hier deutlich schneller adaptieren müssen.

Für die konkrete Einführung und Weiterentwicklung von generativer KI gilt es daher, jetzt zu bewerten, welches Level hinsichtlich Performance und Autonomie für welchen Einsatzzweck und in welchem Unternehmensbereich notwendig ist und welche Reife in den unterschiedlichen Bereichen und Anwendungen bereits besteht sowie kurz-, mittel- und langfristig erreicht werden soll. Zudem bedingt die Fähigkeit zum Einsatz von generativer KI auf dem jeweiligen Level unmittelbar auch die eigene Lieferfähigkeit für derartige KI-Innovationen. Die AI Maturity des Unternehmens zu bestimmen und voranzutreiben, ist damit zwingend notwendig, um die fortschreitende Entwicklung generativer KI vom Tool zum Innovator mitgehen zu können und das Potenzial für unternehmensinterne Abteilungen, Projekte und Prozesse und damit für die Customer Experience voll auszuschöpfen.

”

Wer aus der Disruption ab Level 3 als Innovationsführer hervorgehen will, muss die Grundlagen in den ersten beiden Levels meistern. Nur so können Unternehmen die Voraussetzungen schaffen, um den rasanten Wandel mitzugestalten.



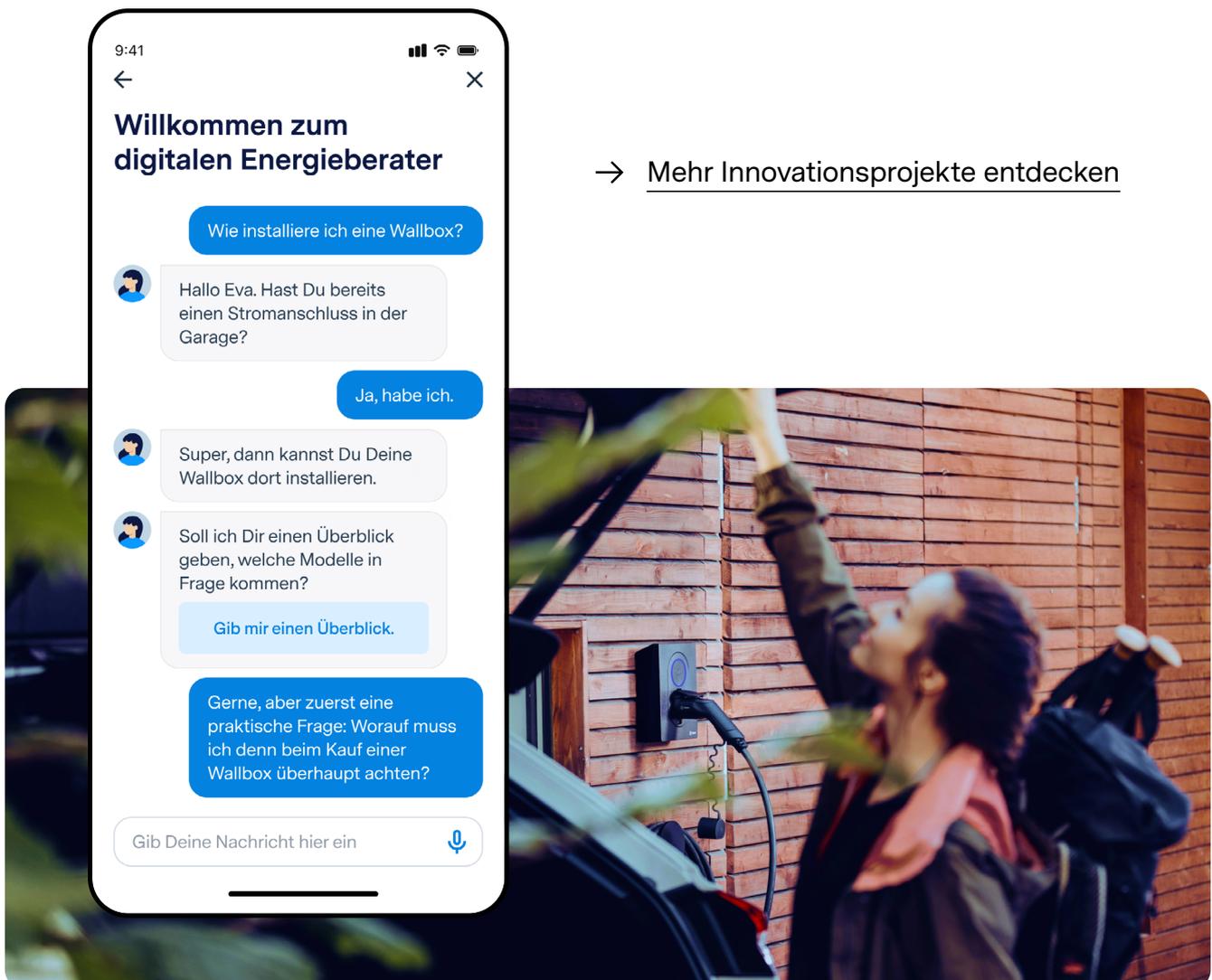
Kai Müller
Gründer & CEO
Experience One

Generative KI in der Kundenberatung

Konkretes Anwendungsbeispiel: Energieversorger

● Energieversorger können generative KI in die Rolle eines Energieberaters schlüpfen lassen, der mit Informationen von Webseiten und anonymisierten Daten aus dem Kundenservice in den direkten Kundendialog tritt. Die KI übernimmt eigenständig zeitintensive und wiederkehrende Anfragen, berät auf verständliche und gezielte Weise und spricht dabei die Sprache der Kund:innen. Nutzer:innen können

somit einfach und direkt mit ihrem Energieanbieter in Kontakt treten, unabhängig von Öffnungs- oder Servicezeiten – und schneller die Antworten auf ihre individuellen Anliegen finden. In Zukunft wird KI-Beratung mit zunehmendem Level auch in der Lage sein, Angebote zu erstellen, Vertragsabschlüsse vorzubereiten oder sogar direkt abzuschließen.



→ Mehr Innovationsprojekte entdecken

Abbildung 2: Generative KI in der Kundenberatung

Next-level Customer Centricity mit generativer KI

Konkretes Anwendungsbeispiel: Digitaler Zwilling des Kunden

● Um maximal kundenzentrierte Produkte und Services entwickeln zu können, brauchen Unternehmen echte, relevante und nutzbare Insights in ihre Zielgruppen. Kritisch für den Erfolg und die Skalierbarkeit von Customer Centricity ist es, den Aufwand für die Einbringung der Kundenperspektive in alle Gestaltungsentscheidungen zu reduzieren. Mit dem Customer Insights Studio können wir generative KI für die Skalierbarkeit eines konsequent kundenzentrierten Entwicklungsansatzes nutzen. In Gestalt digitaler Zwillinge von Kundenpersonas laufen die Informationen und Daten aus Marktforschung, Research sowie anonymisierte Kunden-

und Nutzungsdaten aus Process Mining oder Analytics zu nutzbaren Customer Insights zusammen. Mithilfe generativer KI können diese Daten auch ohne hochspezialisierte Data Scientists zugänglich und interpretierbar gemacht werden. Die KI analysiert eigenständig und liefert wertvolle Erkenntnisse. Dabei lernt sie kontinuierlich und passt sich neuen Vorgaben und Umständen stetig an. Mit wachsenden technologischen Möglichkeiten und mehr Autonomie werden somit auch datenbasierte, strategische Entscheidungen in die Hand der KI gelegt werden können und die Customer Journey an allen relevanten Touchpoints optimiert.

Experience One
Customer Insights Studio

Hello Holger, how are you? As always, I have put together the current trends that you want to keep an eye on:

- +2.1% experiences in September
- 0.3% complaints about car insurances
- +2.1% feedback on settlement processes

Sentiment distribution

+2.0%	+3.1%	-4.5%
positive	neutral	negative

Any questions about your customers' satisfaction? Simply ask them.

Jean | 40-55 years |

Annabelle | 55-70 years |

Ameera | 20-30 years |

Abbildung 3: Generative KI für Customer Centricity

→ [Customer Insights Studio kennenlernen](#)

AI Maturity Framework

● Das AI Maturity Framework bietet eine strukturierte Methode, um die eigene KI-Reife systematisch zu entwickeln und zu nutzen. Es hilft Unternehmen, den aktuellen Status quo zu bewerten und konkrete Schritte zur Weiterentwicklung zu identifizieren – von der initialen Nutzung einfacher KI-Anwendungen bis hin zur vollen Integration von KI als treibende Kraft für eine differenzierende CX, Innovation und Marktbeherrschung. Dies führt zu einer effizienteren, sicheren und verantwortungsvollen Einführung von KI-Technolo-

gien und unterstützt die strukturierte Implementierung sowie die damit verbundene Transformation von Strategie, Organisation und Kultur im Unternehmen.

Dabei unterteilen wir den Fortschritt in unterschiedliche Levels sowie Dimensionen. Die Levels basieren auf den zuvor vorgestellten fünf Levels der generativen KI-Experience. Sie reflektieren einen zunehmenden Grad an Reife und Integration von KI-Technologien in die Unternehmensprozesse.

LEVEL 1 — Tool

Unternehmen beginnen, generative KI auf Tool-Level als Werkzeug für einfache, nicht zu zeitaufwendige Aufgaben zu verwenden, oft als Pilotprojekte in einzelnen Geschäftsbereichen. Diese Tools sind in der Regel vorgefertigte Standard-Lösungen, die neue Funktionalitäten vor allem zur Vereinfachung von spezifischen Arbeitsschritten ermöglichen, bspw. durch Text- und Bildkreation für Inspiration und Content-Erstellung mit Allgemeinwissen.

Die KI-Tools werden dabei zunächst ohne tiefgreifende Anpassung oder Integration eingesetzt, wobei erste Datenanalysen durchgeführt werden und eine Erweiterung des Funktionsumfangs beginnt. Ebenso beginnen Unternehmen, ihre Mitarbeitenden zu KI-Basics fortzubilden. Im Kundenkontakt kommen erste, segmentierte und einfache Tool-Integrationen zum Einsatz, z.B. in Form einfacher KI-gestützter Chatbots.

LEVEL 2 — Assistant

Im Assistant-Level wird KI systematisch eingesetzt, um Mitarbeitende bei der Informationsbeschaffung und Prozessoptimierung zu unterstützen. Einfache KI-Assistenten bieten fortgeschrittenere Interaktionen. Der Einsatz von generativer KI auf diesem Level verspricht die Steigerung der Effizienz in spezifischen Bereichen, indem einfache Arbeitsschritte automatisiert werden. KI stellt Informationen zur Vorbereitung zusammen, recherchiert, kuratiert und strukturiert Inhalte und unterstützt dadurch die Durchführung bestimmter Prozesse.

Im Assistant-Level erweitern Unternehmen ihre Datenanalytik hinsichtlich Volumen und Umfang und führen ein umfangreiches Reporting zur Automatisierung einfacher Aufgaben ein. Intelligente Systeme des Assistant-Levels verbessern Kundeninteraktionen, z.B. durch erweiterte Chatbot-Funktionen und zur Vorbereitung von Kundengesprächen in Vertrieb und Service.

LEVEL 3 — Co-Pilot

Im Level 3 übernimmt die KI für einen Großteil an Aufgaben die selbstständige Führung. Hier erwarten wir einen spürbaren, disruptiven Effekt, der Unternehmen und Mitarbeitende mit großen Veränderungen konfrontiert und zugleich enormes Potenzial birgt.

Ab diesem Level sind KI-Systeme tief in die Geschäftsprozesse integriert und arbeiten als Co-Piloten neben menschlichen Expert:innen. Dabei werden die KI-

Systeme noch stärker auf individuelle Unternehmensbedürfnisse und -anforderungen trainiert, um komplexe Probleme zu lösen und fortgeschrittene Analysen und Entscheidungshilfen zu bieten, die Unternehmen und Mitarbeitenden somit noch mehr Handlungsfähigkeit verleihen. Im Kontakt mit Kund:innen übernimmt KI auf Co-Pilot-Level selbstständig Teile der Customer Experience und führt Kund:innen und Verkäufer:innen durch den kompletten Prozess.

LEVEL 4 — Professional

Auf dem Professional-Level agiert KI in einer bestimmten Disziplin vollständig autonom als vollwertiger Akteur innerhalb des Unternehmens, leitet eigenständig Projekte und Prozesse und entwickelt Ansätze zur Problemlösung in einem vorgegebenen Rahmen. KI führt dabei komplexe, kritische Geschäftsentscheidungen autonom durch und ist ein fester Teil der Wertschöpfung im Unternehmen. Im Kundenkontakt ist GenAI integral in der Customer Journey verankert, bspw. in der persönlichen 1:1-Beratung von Kund:innen in allen Lebenslagen.

LEVEL 5 — Innovator

Im Innovator-Level erwarten wir den zweiten disruptiven Wandel, da KI eine völlig neue Qualität erreicht, die das menschliche Vermögen übersteigt. KI-Systeme auf Innovator-Level besitzen Strategiekompetenz, definieren Wettbewerbsgrundlagen neu, entwickeln innovative Geschäftsmodelle und nehmen globale technologische und geschäftliche Einflüsse. Sie schaffen neue Märkte und transformieren Industrien.

Um den Reifegrad von Unternehmen in Bezug auf generative KI zu bestimmen und strukturiert voranzutreiben, differenzieren wir zwischen acht wesentlichen Dimensionen, die für die erfolgreiche Integration und Nutzung von KI-Technologien entscheidend sind: Strategy, Leadership, Products, Operations, Culture, People, Governance und Technology. Jede dieser Dimensionen muss auf spezifische Reifegrade gehoben werden, um dauerhafte Innovation zu gewährleisten und als Unternehmen relevant zu bleiben.

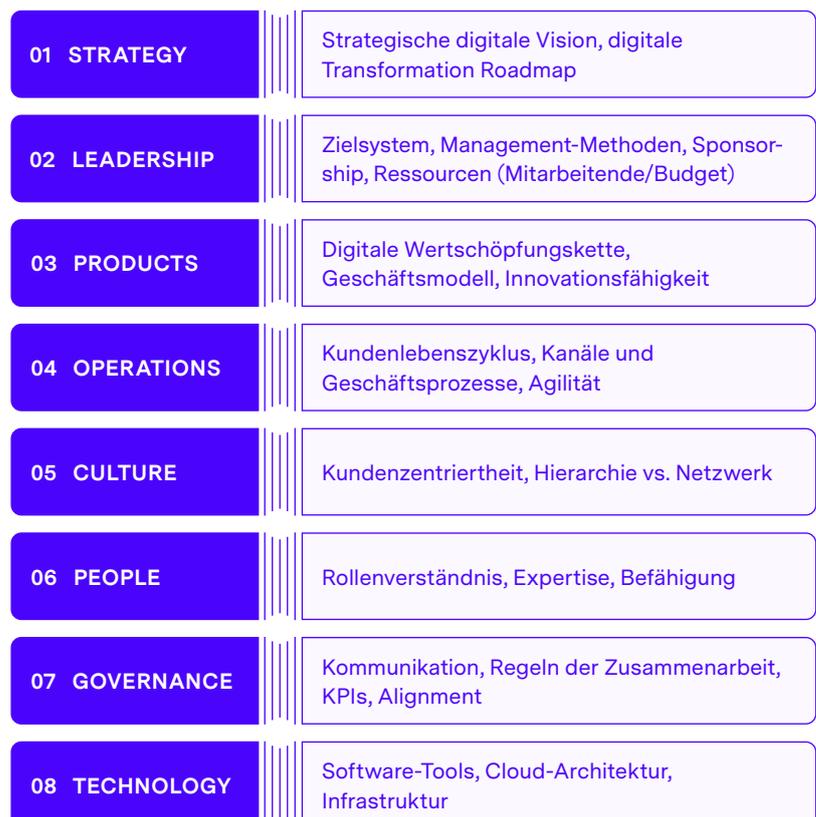


Abbildung 4:
Acht wesentliche Dimensionen für die erfolgreiche Integration und Nutzung von KI-Technologien

Um Unternehmen oder einzelnen Departments im Unternehmen eine klare Vorstellung davon zu geben, wie sie in einer Dimension von einer Stufe zur nächsten gelangen können, haben wir auch hier klare Definitionen erarbeitet. Diese bilden

das Herzstück des AI Maturity Frameworks und die Basis, um spezifische Ziele und Strategien für jede Phase der KI-Integration festzulegen und den maximalen Nutzen aus der transformativen Technologie zu ziehen.

	LEVEL 0 BASELINE	LEVEL 1 TOOL	LEVEL 2 ASSISTANT	LEVEL 3 CO-PILOT	LEVEL 4 PROFESSIONAL	LEVEL 5 INNOVATOR
STRATEGY	Keine spezifische KI-Strategie erforderlich	KI als spezifische Tools zur Lösung einfacher Probleme	Strategische Nutzung von KI-Assistenten zur Effizienzsteigerung	KI als integraler Bestandteil der Entscheidungsfindung	KI führt komplexe Aufgaben autonom aus	KI treibt Innovation und entwickelt neue Geschäftsmodelle und -strategien
LEADERSHIP	Baseline-Management ohne KI-Fokus	Beginn der KI-Integration in Managementpraktiken	Führungskräfte nutzen KI-Assistenten für datengesteuerte Entscheidungen	KI-Co-Pilots unterstützen Führungskräfte in Echtzeit	Führungskraft führt mithilfe einer Professional-KI, die integrale Teile der Projektleitung übernimmt	Visionäre Führung, die KI als zentralen Innovator nutzt
PRODUCTS	Standardprodukte ohne KI	Einfache KI-Tools verbessern bestehende Produkte	Produkte integrieren KI zur Unterstützung der Nutzenden	Produkte sind vollständig interaktiv und KI-gesteuert	KI analysiert und optimiert Produkte selbständig	KI kreiert innovative Produkte und erschließt neue Märkte
OPERATIONS	Manuelle oder automatisierte Standardverfahren ohne KI	KI-Tools für spezifische Aufgaben	KI unterstützt in täglichen Betriebsabläufen	KI als Co-Pilot in Betriebsabläufen	KI managt komplexe Operations autonom	KI revolutioniert Betriebsabläufe durch Innovation
CULTURE	Standardarbeitskultur ohne speziellen Fokus auf KI	Beginnende Integration von KI in die Arbeitskultur	Kultur der Zusammenarbeit mit KI-Assistenten	Kultur, die auf Co-Creation mit KI setzt	Kultur der Professionalität und Exzellenz in KI-Anwendungen	Innovationskultur, die durch KI gestaltet und vorangetrieben wird
PEOPLE	Baseline-Fähigkeiten ohne spezielle KI-Kenntnisse	Grundverständnis von KI-Tools	Fortgeschrittene Nutzung von KI-Assistenten	Tiefgehende Kollaboration mit KI-Co-Pilots	Fachkenntnisse in spezialisierten KI-Anwendungen	Fähigkeit, KI-gesteuerte Innovation zu leiten und zu fördern
GOVERNANCE	Standard-Governance-Praktiken	Einführung von Richtlinien für den Einsatz von KI-Tools	Erweiterte Richtlinien für assistierende KIs	Integrierte Governance für KI-Co-Pilots	Spezialisierte Governance-Strukturen für Professional-KI	Fortschrittliche Governance für Innovationsführung durch KI
TECHNOLOGY	Basistechnologie ohne KI	Spezifische KI-Tools für einfache Aufgaben	Integrierte KI-Assistenzsysteme	Fortgeschrittene KI-Systeme in Co-Pilot-Funktion	Hochentwickelte, spezialisierte KI-Technologien	Bahnbrechende KI-Technologien, die Innovationen ermöglichen

Tabelle 1: Zusammenspiel der Levels und Dimensionen für die vollständige Erschließung generativer KI im Unternehmen

Flexibilität des Modells

● Die Flexibilität des Modells ermöglicht es Unternehmen, ganzheitlich sowie in einzelnen Abteilungen gezielt in den Dimensionen zu wachsen, die für ihre individuellen Ziele und Strategien am wichtigsten sind. Nicht alle Unternehmen müssen in allen Dimensionen das höchste Level erreichen. Je nach den spezifischen Zielsetzungen und Geschäftsstrategien kann es ausreichend sein, in bestimmten Bereichen nur bis zu einem dedizierten Level vorzustoßen. Das Framework unter-

stützt dabei, die übergeordnete Vision nicht aus den Augen zu verlieren und die entsprechenden Fortschritte in den relevanten Dimensionen zu erzielen.

Für Unternehmen, die generative KI als wichtigen Hebel nutzen wollen, um sich durch Kundeninnovationen vom Wettbewerb zu differenzieren, ist beispielsweise der Blick auf die gesamte Strecke der Customer Journey und somit die Departments Marketing, Sales und Service unabdingbar.

BEISPIEL

Marketing-Department

Für Marketing-Departments bietet der Einsatz generativer KI auch auf niedrigen Levels schon heute ein Plus an Effizienz und Automatisierung. In höheren Levels steigt die Fähigkeit, auch sehr große Datenmengen schneller zu verarbeiten und zu interpretieren – und auf Basis dessen bessere, datengetriebene Entscheidungen zu treffen. Generative KI treibt dabei Personalisierung voran und ermöglicht es, gezielter auf individuelle Kundenbedürfnisse einzugehen.

	LEVEL 1 TOOL	LEVEL 2 ASSISTANT	LEVEL 3 CO-PILOT	LEVEL 4 PROFESSIONAL	LEVEL 5 INNOVATOR
ANWENDUNGS- BEREICHE	Social-Media- Management, Content-Kreation	Personalisierte Kampagnen, Marktsegmentierung	Echtzeit- Kampagnen- optimierung	KI-gesteuerte Marktforschung	Automatisierte, selbstlernende Marketing- strategien
MODELL	Generative Modelle (z.B. GPTs, DALL-E)	Generative Modelle mit RAG	Conversational AI, Predictive Analytics	Custom Generative Models	Self-Learning AI Models
PROMPTING	Freie User- Prompts	Fest eingebaute User-Prompt- Vorlagen	Multi-Agenten mit mehreren System-Prompts für verschiedene Teilaufgaben	Dynamische Ent- scheidung zwi- schen verschiede- nen System- Prompts bzw. Anpassung	System weniger abhängig von dedizierten Prompts
DATA	Nutzerdaten, Social-Media- Daten	Kundenprofile, Kaufhistorien, RAG	KPIs, Echtzeit- Daten aus Kampagnen, RAG+	Multidimen- sionale Kundendaten	Adaptive und lernende Datensysteme
ANWENDUNGS- BEISPIELE	Generative KI für Content- Erstellung (Text, Bild)	Generative KI für personalisierte Kampagnen	Conversational AI für Echtzeit- Analyse und Optimierung	Custom Generative Models für Markt- forschung	Autonome Modelle für Marketing- strategien

Tabelle 2: Weiterentwicklung unter Einsatz generativer KI am Beispiel des Marketing-Departments

BEISPIEL

Sales-Department

Auch im Bereich Sales bietet generative KI viele Möglichkeiten für bessere Customer Insights und gesteuerte Vertriebsaktivitäten. Während in den niedrigen Levels der Fokus auf Effizienztools und Assistenzaufgaben liegt, zum Beispiel für die schnellere Analyse von Verkaufszahlen, übernimmt GenAI in höheren Levels mit zunehmender Autonomie eigenständig datenbasierte Prognosen oder entwickelt personalisierte Angebote. Sie optimiert Lead-Generierung und -Qualifizierung durch die Analyse großer Datenmengen und unterstützt Vertriebsmitarbeitende, effizienter und zielgerichteter zu arbeiten.

	LEVEL 1 TOOL	LEVEL 2 ASSISTANT	LEVEL 3 CO-PILOT	LEVEL 4 PROFESSIONAL	LEVEL 5 INNOVATOR
ANWENDUNGS- BEREICHE	Lead-Generierung, E-Mail-Marketing	Sales-Assistenten, Angebotsmanagement	Lead-Management	Automatisierte personalisierte Angebotsoptimierung	Vollständig autonome Vertriebssysteme
MODELL	Generative Modelle (z.B. GPT, DALL-E)	Generative Modelle mit RAG	Conversational AI, Predictive Sales Analytics	Custom Generative Models	Self-Learning AI Models
PROMPTING	Freie User-Prompts	Fest eingebaute User-Prompt-Vorlagen	Multi-Agenten mit mehreren System-Prompts für verschiedene Teilaufgaben	Dynamische Entscheidung zwischen verschiedenen System-Prompts bzw. Anpassung	System weniger abhängig von dedizierten Prompts
DATA	CRM-Daten, Verkaufsdaten	Kundenhistorie, Transaktionsdaten, RAG	KPIs, Echtzeit-Verkaufsdaten, RAG+	Umfassende Verkaufsanalysen	Selbstlernende Vertriebssysteme
ANWENDUNGS- BEISPIELE	Generative KI für Lead-Generierung (Text, Bild)	Generative KI für Verkaufsanalysen	Generative AI für Vertriebsprognosen	Custom Generative Models für Angebotsoptimierung	Autonome Modelle für Vertriebsstrategien

Tabelle 3: Weiterentwicklung unter Einsatz generativer KI am Beispiel des Sales-Departments

BEISPIEL

Service-Department

Im direkten Kundenkontakt kann generative KI mit dem aktuellen Status quo der Technologie von einfachen Aufgaben wie der Bereitstellung von Informationen über die Automatisierung von Ticketing-Systemen schon deutlich unterstützen. Mit zunehmenden Fähigkeiten schafft sie proaktive Problemlösungen, indem sie Kundenanfragen analysiert und Muster erkennt, um zukünftige Anliegen vorherzusagen und frühzeitig zu adressieren. Unter Einbindung selbstlernender KI-Modelle konzipiert eine Service-KI auf Level 5 eigenständig Service-Strategien, die sie kompetent und autonom bis zum Vertragsabschluss abwickeln kann.

	LEVEL 1 TOOL	LEVEL 2 ASSISTANT	LEVEL 3 CO-PILOT	LEVEL 4 PROFESSIONAL	LEVEL 5 INNOVATOR
ANWENDUNGS- BEREICHE	FAQs, Chatbots	Intelligente Assistenten, Ticketing-Systeme	Proaktive Serviceangebote	Predictive Maintenance	Vollständig autonome Service-Plattformen
MODELL	Generative Modelle (z.B. GPT, DALL-E)	Generative Modelle mit RAG	Conversational AI, Predictive Service Analytics	Custom Generative Models	Self-Learning AI Models
PROMPTING	Freie User-Prompts	Fest eingebaute User-Prompt-Vorlagen	Multi-Agenten mit mehreren System-Prompts für verschiedene Teilaufgaben	Dynamische Entscheidung zwischen verschiedenen System-Prompts bzw. Anpassung	System weniger abhängig von dedizierten Prompts
DATA	Servicedaten, Kundenanfragen	Historische Servicedaten, RAG	KPIs, Echtzeit-Service-Daten, RAG+	Multikanal-Kundendaten	Adaptive und lernende Service-Datenplattformen
ANWENDUNGS- BEISPIELE	Generative KI für Chatbots (Text, Bild)	Generative KI für Service-Assistenten	Conversational AI für proaktive Serviceangebote	Custom Generative Models für Predictive Maintenance	Autonome Modelle für Service-Strategien

Tabelle 4: Weiterentwicklung unter Einsatz generativer KI am Beispiel des Service-Departments

Das Erreichen von Level 4 oder 5, insbesondere in der Dimension Technologie, ist im Alleingang mit erheblichem Aufwand und Ressourceneinsatz verbunden: fortschrittliche KI-Infrastrukturen, spezialisierte Hardware und Software sowie kontinuierliche Forschung und Entwicklung. Für viele Unternehmen ist es nicht notwendig, diese hohen Investitionen und Risiken selbst zu tragen. Stattdessen können sie auf Technologien anderer Unternehmen zurückgreifen und diese als Service nutzen. Gute Beispiele hierfür sind die Nutzung von cloudbasierten KI-Diensten wie Amazon Web Services (AWS), Google Cloud AI oder Microsoft Azure AI oder die Nutzung von fertigen KI-Modellen mit entsprechendem Finetuning.

Fazit



Das AI Maturity Framework bietet einen flexiblen und skalierbaren Ansatz, um die KI-Reife des Unternehmens oder einzelner Departments (z. B. Marketing, Sales, Service) zu entwickeln.

Durch die Anwendung können gezielt die einzelnen Dimensionen wachsen, die für individuelle Ziele und Strategien am wichtigsten sind.

Durch die Nutzung externer KI-Dienste können Unternehmen auf fortschrittliche Technologien zugreifen, ohne die hohen Kosten, Komplexitäten und Risiken selbst bewältigen zu müssen.

Implementierungsleitfaden

● Die Einführung und Integration von generativer KI in die Unternehmensprozesse sind komplexe Herausforderungen, die ein strukturiertes Vorgehen geradezu erfordern. Um diesen Prozess zu erleichtern und Unternehmen dabei zu unterstützen, **bietet der Implementierungsleitfaden des AI Maturity Frameworks eine Übersicht, wie Unternehmen effektiv und eigenständig die eigene KI-Reife vorantreiben können.**

Von der initialen Planung über die Pilotierung bis hin zur vollständigen Bereitstellung einer skalierbaren Lösung in der Fläche und kontinuierlichen Optimierung – dieser Leitfaden

dient als Roadmap für Unternehmen und Departments jeder Größe und Branche. Ziel ist es, eine Richtung vorzugeben und praktische Handlungsempfehlungen zu bieten, die es ermöglichen, KI-Initiativen erfolgreich zu realisieren.

Dabei legen wir besonderen Wert darauf, nicht nur technische, sondern auch organisatorische und kulturelle Aspekte der Implementierung zu adressieren. So wird sichergestellt, dass die Integration von KI nicht nur technisch reibungslos verläuft, sondern auch nachhaltig zur Wertschöpfung beiträgt und die Innovationskraft des Unternehmens stärkt.

PHASE 1

Bewusstsein und Engagement schaffen

Um den Erfolg der KI-Implementierung zu sichern, ist es im ersten Schritt wichtig, Führungsteams über die Bedeutung und den Nutzen von KI für unternehmensinterne Prozesse sowie im Kontext der Customer Experience umfassend zu informieren. Dies geschieht durch Informationsveranstaltungen, die grundlegende Konzepte der KI, Anwendungsfälle, die 5 Levels der generativen KI-Experiences und das AI Maturity Framework selbst sowie Erfolgsgeschichten vermitteln.

Unternehmen werden sich weder organisch noch von alleine anpassen und KI als effektiven Hebel nutzen, um sich durch kundenzentrierte Innovationen vom Wettbewerb zu differenzieren – jedenfalls nicht in der notwendigen Geschwindigkeit. Organisationen brauchen mehr denn je die Fähigkeit, aktiv Veränderung voranzutreiben. Aufgabe von Führung ist es dabei, alle Mitarbeitenden befähigen, den Wandel mitzugestalten. Das bedeutet einerseits, die Agenda zu setzen sowie Rahmen und Richtung vorzugeben, andererseits aber auch Raum für Innovation und Eigeninitiative zu schaffen.

Eine gut durchdachte Kommunikationsstrategie hilft, die Akzeptanz und das Engagement auf allen Ebenen der Organisation zu fördern. Ziel der Phase 1 ist es, das Bewusstsein für die Möglichkeiten von KI sowie die eigene KI-Reife zu schaffen und die Führungskräfte im Unternehmen dazu zu befähigen, gemeinsam mit ihren Teams ihre Rolle und ihren Beitrag zur KI-Transformation zu definieren.

PHASE 2

Aktuellen Reifegrad bewerten

Eine Einordnung durch strukturierte Interviews mit den einzelnen Fachabteilungen in den relevanten Dimensionen hilft, den aktuellen KI-Reifegrad des Unternehmens zu bestimmen. Dabei werden Schwachstellen und Bereiche identifiziert, die verbessert werden müssen. Bewertungsmethoden können Fragebögen, Interviews, As-is-Analysen und Benchmarking umfassen.

Es ist wichtig, zu erkennen, dass nicht alle Dimensionen in jedem Department oder für jede Zielstellung gleichermaßen relevant sind. Daher sollte die Bewertung

flexibel gestaltet werden, um den spezifischen Bedürfnissen und Prioritäten der jeweiligen Abteilungen gerecht zu werden. Beispielsweise kann der Fokus in der Marketingabteilung stärker auf den Dimensionen Strategy, Products sowie Data liegen, während im Bereich Customer Service die Dimensionen People, Technology und Governance besonders wichtig sind.

Typische Schwachstellen können hier zum Beispiel fehlende Datenqualität, unzureichende technische Infrastruktur und mangelnde KI-Kompetenzen sowie mangelnde Ressourcen sein. Sie können durch gezielte Maßnahmen wie Schulungen, Investitionen in Technologie, Talent und Optimierung des Datenmanagements adressiert und vermieden werden.

Schritte zur Bewertung des aktuellen Reifegrads:

- Identifikation relevanter Dimensionen pro Abteilung: Bestimmung der für die jeweilige Abteilung oder Zielstellung wichtigsten Dimensionen
- Durchführung strukturierter Interviews und Fragebögen: Erhebung spezifischer Informationen und Daten zu den relevanten Dimensionen
- Analyse und Benchmarking: Vergleich mit Industriestandards und Best Practices, um den aktuellen Stand und mögliche Lücken zu identifizieren
- Dokumentation der Ergebnisse: Erstellung eines Berichts, der den aktuellen Reifegrad und die identifizierten Schwachstellen pro Abteilung und Dimension darstellt

Die flexible und gezielte Bewertung ermöglicht es, maßgeschneiderte Strategien für die Weiterentwicklung der individuellen Zielstellung und KI-Reife zu entwickeln, die den spezifischen Anforderungen und Prioritäten jeder Abteilung und Branche gerecht werden.

PHASE 3 — **Strategische Ziele definieren**

In der dritten Phase werden Vision, Strategie und Zielstellung für den Einsatz von generativer KI im Unternehmen entwickelt (Target Picture). Dies umfasst die Erstellung einer detaillierten Roadmap sowie eines Backlogs mit spezifischen Schritten, Zeitrahmen und Meilensteinen. Beispiele für strategische Ziele könnten die Automatisierung bestimmter Geschäftsprozesse, die Verbesserung der Kundeninteraktion oder die Entwicklung neuer KI-basierter Produkte sein. Diese Ziele sollten immer mit den Unternehmenszielen verknüpft werden, um den maximalen Nutzen aus den KI-Initiativen zu ziehen.

Um die identifizierten Projekte aus den einzelnen Dimensionen effektiv zu priorisieren und in einen Backlog zu überführen, empfiehlt sich die Anwendung der ICE-Methode. Diese bewertet Projekte basierend auf ihrem potenziellen Nutzen (Impact), der Zuversicht in die erfolgreiche Umsetzung (Confidence) und dem erforderlichen Aufwand (Effort). Der daraus resultierende Score gibt eine eindeutige Priorisierung vor.

Der Backlog dient als strukturierte Liste aller identifizierten und priorisierten Zielsetzungen, Projekte und Initiativen. Er sollte regelmäßig überprüft und aktualisiert werden, um sicherzustellen, dass keine wertvollen Ideen und Initiativen aus den verschiedenen Dimensionen verloren gehen oder sich Priorisierungen verändert haben, zum Beispiel durch technologischen Fortschritt, Ressourcen- oder Datenverfügbarkeit. Der Backlog hilft zudem auch dabei, den Fortschritt zu verfolgen und sicherzustellen, dass die Ressourcen effizient eingesetzt werden. Durch die Verwendung der ICE-Methode und die Erstellung eines Backlogs kann sichergestellt werden, dass KI-Strategien effizient umgesetzt und maximale Wertschöpfung erzielt werden.

Zielstellungen, Initiativen und Projekte richtig priorisieren. Welche Vorüberlegungen für das Scoring mittels ICE-Methode zu berücksichtigen sind, zeigen wir nachfolgend am Beispiel Marketing. Es werden gezielt Fokusbereiche identifiziert, ggf. um weitere Aspekte ergänzt und entsprechende KPIs festgelegt, die als Basis für die Machbarkeitsprüfung dienen. Hinter den einzelnen Dimensionen stehen dabei immer weitere Personen und Departments, die es zu berücksichtigen gilt und deren Einschätzung für die realistische Bewertung von Nutzen und Umsetzbarkeit notwendig ist. Dabei ist zu beachten, dass die unterschiedlichen Dimensionen nicht für jede Abteilung und jede Zielstellung gleich relevant sind.

Beispiel: Marketing-Department

EXEMPLARISCHE ZIELSTELLUNG

Verbesserung der Personalisierung und Effizienz von Marketingkampagnen zur Optimierung der Customer Experience mithilfe (generativer) KI

BESONDERS RELEVANTE DIMENSIONEN

- **Strategy:** Entwicklung einer klaren KI-gestützten Marketingstrategie zur Verbesserung der CX, die generative KI zur Personalisierung von Inhalten einsetzt
- **Products:** Einsatz von generativer KI zur Erstellung personalisierter Marketinginhalte und -angebote, die auf individuelle Kundenbedürfnisse abgestimmt sind
- **Technology:** Implementierung von KI-Anwendungen auf fortgeschrittenen Levels zur Analyse und Optimierung von Marketingkampagnen. Integration von MarTech-Lösungen zur Unterstützung personalisierter Ansätze
- **Governance:** Sicherstellung der Datenqualität und Einhaltung von Datenschutzrichtlinien bei der Nutzung von Kundendaten durch generative KI

ERGÄNZENDE ASPEKTE

- **Data:** Nutzung von Kundendaten zur präzisen Segmentierung und personalisierten Ansprache, unterstützt durch Retrieval-Augmented Generation (RAG) und RAG+
- **Verbindung zu Sales:** Definition und Nutzung verbindender Metriken und KPIs, Implementierung eines KPI-Frameworks, Integration von Marketing- und Sales-Technologien (MarTech und SalesTech)

BEWERTUNGSMETHODEN

- Umfragen zur Nutzung von generativer KI in Marketing-Kampagnen
- Interviews mit Marketing-Managern
- Analyse der aktuellen Datenqualität und -nutzung, insbesondere im Kontext von Personalisierung
- Überprüfung der eingesetzten GenAI-Technologien und Governance-Richtlinien
- Bewertung der Integration von Marketing- und Sales-Technologien

Durch individuelle Einschätzung je nach Zielstellung wird sichergestellt, dass KI-Implementierung nicht nur auf allgemeiner Ebene, sondern auch in den spezifischen Kontexten der verschiedenen Abteilungen und Zielstellungen erfolgreich ist und bei der Ausarbeitung alle nötigen Perspektiven bedacht werden.

PHASE 4

Proof of Concept (POC)

Für die Machbarkeitsüberprüfung der KI-Initiativen werden interdisziplinäre Projektteams identifiziert. Diese Teams sollten klare Rollen und Verantwortlichkeiten aus den unterschiedlichen Dimensionen haben, z.B. Projektleiter:innen, Datenwissenschaftler:innen, IT-Spezialist:innen und Fachbereichsvertreter:innen. Sie weisen die erforderlichen Budgets, Technologien und Personalressourcen zu. Die Phase 4 dient der Überprüfung der Umsetzbarkeit der in Phase 3 gesetzten Ziele und Ideen.

HINWEIS Die Wahl der geeigneten Projektsteuerungsmethode ist entscheidend für die erfolgreiche Implementierung von KI-Initiativen. In vielen Fällen kann auch eine Mischung verschiedener Methoden hilfreich sein, um den unterschiedlichen Anforderungen und Erfahrungen der interdisziplinären Teams gerecht zu werden.

Wasserfall-Modell: Geeignet für Projekte mit klar definierten Anforderungen und Zielen, die sich voraussichtlich nicht ändern werden. Jede Phase des Projekts wird nacheinander abgeschlossen.

Agile Methoden (Scrum, Kanban): Besonders geeignet für komplexe und dynamische Projekte, bei denen Flexibilität und iterative Entwicklung wichtig sind. Agile Methoden ermöglichen regelmäßige Überprüfungen und Anpassungen, was besonders bei der Entwicklung von KI-Modellen vorteilhaft sein kann.

Mischung von Methoden: In interdisziplinären Teams kann es sinnvoll sein, verschiedene Methoden zu kombinieren. Beispielsweise kann das übergeordnete Projekt nach dem Wasserfall-Modell strukturiert sein, während einzelne Arbeitspakete oder Sprints nach Agile-Methoden wie Scrum oder Kanban durchgeführt werden. Dies ermöglicht eine flexible Anpassung an die spezifischen Bedürfnisse, Erfahrungen und Herausforderungen jedes Teilprojekts.

Um sicherzustellen, dass alle Teammitglieder die gewählten Projektsteuerungsmethoden effektiv anwenden können, werden zudem projektsteuerungsbezogene Schulungen eingeführt. Diese Schulungen umfassen die Grundlagen der gewählten Methoden, Best Practices und spezifische Tools, die zur Unterstützung der Projektarbeit verwendet werden.

Schritte zur Implementierungsplanung

- Teamzusammenstellung: Bildung interdisziplinärer Projektteams mit klaren Rollen und Verantwortlichkeiten
- Budgetierung und Ressourcenallokation: Zuweisung der erforderlichen Budgets, Technologien und Personalressourcen
- Projektsteuerungsmethode: Entscheidung für eine geeignete Projektsteuerungsmethode oder eine Mischung aus Methoden basierend auf den spezifischen Anforderungen des Projekts
- Projektsteuerungsschulungen: Einführung von Schulungen zur gewählten Projektsteuerungsmethode(n), um sicherzustellen, dass alle Teammitglieder mit den Methoden vertraut sind
- Projektplanung: Erstellung eines detaillierten Projektplans, der Zeitrahmen, Meilensteine und Deliverables umfasst
- Kommunikationsstrategie: Entwicklung einer Kommunikationsstrategie, um sicherzustellen, dass alle Teammitglieder und Stakeholder informiert und eingebunden sind
- Best Practice: regelmäßige Meetings, klare Kommunikationskanäle und die Nutzung von Projektmanagement-Tools für die Zusammenarbeit und Kommunikation innerhalb der Teams

PHASE 5 — Ausbildung und Kompetenzaufbau

Wer denkt, KI brauche Spezialwissen einiger Expert:innen im Unternehmen, liegt falsch. Neben der KI-Expertise ist eine durchgängige KI-Kompetenz in allen Rollen und Funktionen nötig. Nur so lassen sich die Potenziale zur Steigerung von Geschwindigkeit, Produktivität und Qualität realisieren. Dabei ist es nicht mit der Nutzung von KI-Tools getan. Wirksame KI-Kompetenz umfasst die kompetente Nutzung und Mitentwicklung von internen und – je nach Rolle – auch die Mitentwicklung von neuen kundenzentrierten KI-Lösungen. Hinzu kommt der kritische Umgang in Bezug auf bekannte Schwächen verschiedener LLMs, wie Fehlaussagen, Halluzinieren und Voreingenommenheit.

Dies impliziert eine grundlegende Weiterentwicklung der Kompetenzen der Mitarbeitenden und der Art der Zusammenarbeit im Unternehmen, die vielleicht sogar mit dem Schritt zum papierlosen Büro durch EDV am Ende des letzten Jahrhunderts vergleichbar ist. Damit Mitarbeitende die notwendigen KI-Kompetenzen entwickeln, empfehlen wir, umfassende Schulungs- und Weiterbildungsprogramme zu etablieren. Diese können Online-Kurse, Workshops und Zertifizierungsprogramme umfassen. Zusätzlich sollte der Wissensaustausch zwischen KI-Expert:innen und anderen Mitarbeitenden gefördert werden, z.B. durch regelmäßigen Austausch, interne Foren und Mentoring-Programme. Ziel ist es, ein breites Verständnis und eine hohe Akzeptanz der Technologie im gesamten Unternehmen zu gewährleisten. Zudem sollten neue, KI-gestützte Arbeitsweisen und die zugehörigen Prozessbeschreibungen transparent, nutzen- und impactorientiert an die Mitarbeitenden kommuniziert werden.

PHASE 6 — Technische Infrastruktur und Werkzeuge

In diesem Schritt wird der geeignete Technologie-Stack (Tech-Stack) evaluiert und ausgewählt, der den Bedürfnissen des Unternehmens und der Zielsetzung in den einzelnen Dimensionen entspricht. Kriterien für die Auswahl umfassen Skalierbarkeit, Kompatibilität mit bestehenden Systemen, Sicherheitsanforderungen, Zeit und Kosten.

Im Geschäftskontext entfaltet die generative KI ihr volles Potenzial erst, wenn sie mit firmeneigenen Daten, Prozessen und User-Frontends verknüpft wird. Value und Impact liegen also nicht bei den Sprachmodellen selbst, sondern finden in den Use Cases, Frontends und Prozessen statt – entsprechend gilt es auch, hier zu investieren.

Die Optimierung des Datenmanagements ist entscheidend, um sicherzustellen, dass Daten in hoher Qualität und ausreichender Menge für KI-Anwendungen zur Verfügung stehen. Das umfasst zum Beispiel auch Datenbereinigung, Datenintegration und die Implementierung von Governance. Nur durch einen möglichst reibungslosen Zugriff auf die bestehenden Daten sowie eine sichere und einfache Integration in die Digitalplattform und IT-Infrastruktur kann generative KI ihre Hebelwirkung für die Transformation der Customer Experience aufs nächste Level entfalten.

PHASE 7 — Pilotprojekte und Skalierung (Roll-out)

Zunächst werden KI-Lösungen in Pilotprojekten etabliert, um deren Wirksamkeit zu testen und zu optimieren. Bei den Kriterien für die Auswahl von geeigneten Use Cases für Pilotprojekte gilt: Nicht die technische Umsetzbarkeit steht am Anfang, sondern der Business Value und die strategische Bedeutung. Im

nächsten Schritt geht es um die Frage nach der technischen und wirtschaftlichen Skalierbarkeit. Erfolgsfaktoren für einen skalierbaren Einsatz von KI, die Entfaltung ihrer vollen Hebelwirkung und damit einhergehende Effizienzsteigerungen umfassen die Vereinfachung, Standardisierung und Automatisierung von Prozessen sowie die Schulung der relevanten Mitarbeiter:innen. Herausforderungen können organisatorische Widerstände und technische Integrationsprobleme sein.

PHASE 8 — Kontinuierliche Bewertung und Anpassung

Regelmäßige Reviews helfen, den Fortschritt zu überprüfen und die Roadmap bei Bedarf anzupassen. Tools und Methoden zur kontinuierlichen Bewertung und Optimierung umfassen KPI-Dashboards, regelmäßige Status-Meetings und retrospektive Analysen. Regelmäßiges Feedback von Stakeholdern, Kund:innen und Mitarbeitenden hilft dabei, KI-Strategien effektiv zu verbessern und an neue Anforderungen anzupassen.

GENERELL — Regulatorik, Nachhaltigkeit und Ethik

In allen Projekten, so natürlich auch in allen KI-Projekten, sollten nachhaltige und ethische Überlegungen integriert sein, um die Einhaltung aller relevanten Gesetze und Vorschriften sicherzustellen. KI-Projekte bilden hier keine Ausnahme – im Gegenteil. Konkrete Beispiele für nachhaltige und ethische Überlegungen umfassen Datenschutzrichtlinien, Algorithmen-Fairness und die Vermeidung von Bias sowie die Berücksichtigung ökologischer Auswirkungen.

Richtlinien und Modelle wie die EU-Richtlinien für KI⁶ oder das IEEE Ethically Aligned Design⁷ können als Leitfaden dienen, um sicherzustellen, dass KI-Projekte verantwortungsvoll und sicher durchgeführt werden.

IMPLEMENTIERUNGSABLAUF

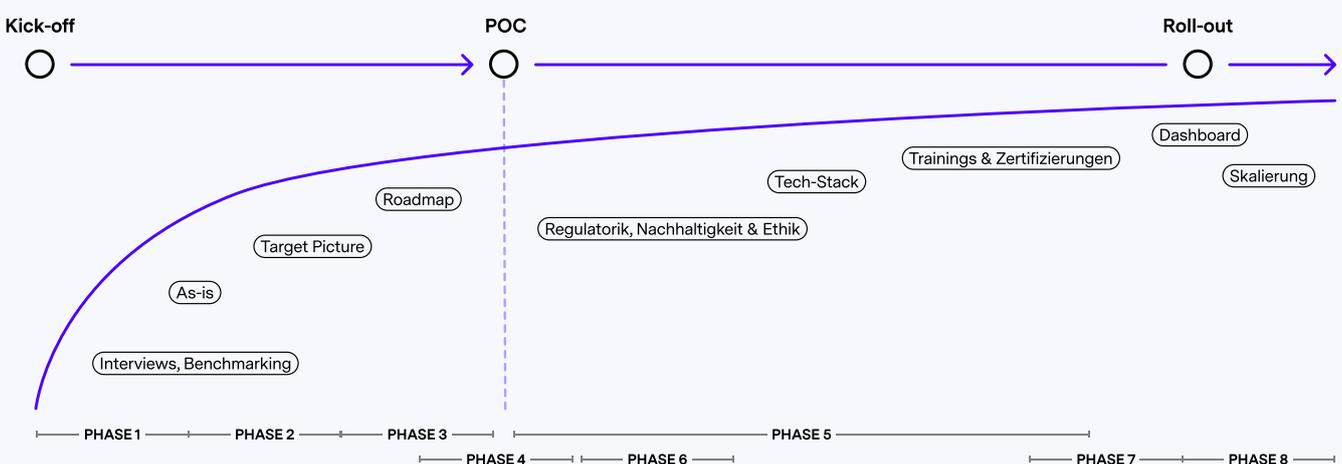


Abbildung 5: Beispielhafte Abfolge der Implementierung

EXKURS Neue Technologie stellt neue Anforderungen

● Die nachfolgende Übersicht⁸ verdeutlicht plakativ die Unterschiede zwischen klassischen Projekten und der Implementierung generativer KI. Die neue Technologie stellt auf verschiedenen Ebenen Anforderungen an das organisatorische Umfeld und kann nicht – mal nebenbei – etabliert

werden. Das AI Maturity Framework hilft, diese Anforderungen sauber abzuleiten, sie zu managen und unter Berücksichtigung der Best Practices die jeweiligen Lücken an der richtigen Stelle zu schließen.

	KLASSISCHE PROJEKTE	KI-PROJEKTE
TECHNOLOGIEWISSEN DER FACHABTEILUNGEN	vorhanden	teilweise vorhanden
PRAXISERFAHRUNGEN DER FACHABTEILUNGEN MIT DEN VERWENDETEN TECHNOLOGIEN	jahrzehntelange Praxiserfahrung vorhanden	geringe Erfahrungswerte
ENTWICKLUNGSPROZESSE	klar definiert	keine oder wenige definiert
VERANTWORTLICHKEITEN	klar geregelt	meist nicht festgelegt
RESSOURCEN & KAPAZITÄTEN	aufgebaut & eingeplant	nicht ausreichend aufgebaut & eingeplant; meist nur in Pilotprojekten
DATENMANAGEMENT ODER -MENGE	meist ausreichend	meist quantitativ & qualitativ unzureichend
VORGEHEN	eher planbar	eher iterativ
COMPLIANCE & ERKLÄRBARKEIT	erforscht	im Entstehen

Tabelle 5: Übersicht der Unterschiede zwischen klassischen und KI-Projekten

EXKURS 10 Best Practices für erfolgreiche KI-Projekte

Entwicklung aus den Erkenntnissen des AI Innovation Seed des KI-Fortschrittszentrums „Lernende Systeme und Kognitive Robotik“ der Fraunhofer-Gesellschaft⁹

01 SCHNELLE IDEENGENERIERUNG

In Unternehmen schlummert oft ein Schatz an Ideen bei den Fachexpert:innen, der jedoch für KI-Spezialist:innen nicht immer ersichtlich ist. Daher ist es essenziell, dass Firmen gezielt in die Ideensammlung für den Einsatz von KI investieren, um dieses Potenzial nicht ungenutzt zu lassen. Das Einbeziehen verschiedener Interessensgruppen in den kreativen Prozess setzt nicht nur relevante Impulse und erweitert den Ideenpool, sondern berücksichtigt auch eine breitere Palette an betrieblichen Anforderungen.

02 KLARE BEWERTUNGSMETHODIK

Eine sorgfältige Prüfung von KI-Projektvorschlägen ist entscheidend, um zu gewährleisten, dass Investitionen in Vorhaben fließen, die nicht nur durchführbar und wirtschaftlich sinnvoll sind, sondern auch einen echten Mehrwert für das Unternehmen darstellen. Hierbei ist es wichtig, das Know-how und die Perspektiven von Mitarbeitenden, Führungskräften und gegebenenfalls externen Expert:innen einzubeziehen, um eventuelle Wissenslücken zu schließen und eine fundierte Entscheidungsgrundlage zu schaffen. Bei Unsicherheiten sollte zudem eine vorläufige Machbarkeitsprüfung erwogen werden, um mögliche Risiken – beispielsweise in Bezug auf die Qualität und Verwertbarkeit der Daten – frühzeitig zu erkennen und zu reduzieren.

03 FESTE ZUSTÄNDIGKEITEN

Angesichts der komplexen Natur von KI-Projekten ist eine klare Zuordnung von Rollen und Verantwortlichkeiten unerlässlich. Es ist entscheidend, dass jedem im Unternehmen klar kommuniziert wird, wer an der Konzeption und Umsetzung von KI-Initiativen beteiligt ist und wer die Verantwortung trägt. Ohne diese Klarheit kann es zu Missverständnissen und Fehlern kommen, die wiederum zu Verzögerungen führen und letztlich den Erfolg des Projekts gefährden.

04 ERWEITERTE KOMPETENZEN UND EXPERTISE

Für eine erfolgreiche Implementierung von KI-Modellen in bestehende Betriebs- und IT-Strukturen ist es maßgeblich, dass die richtigen Fachleute an Bord sind. Diese müssen in der Lage sein, ihr tiefgreifendes Branchenwissen mit KI-Expertise zu kombinieren. Fehlen solche Expert:innen, sind KI-Projekte von vornherein zum Scheitern verurteilt. Daher ist eine enge und produktive Zusammenarbeit zwischen den Fachabteilungen und KI-Spezialist:innen entscheidend für den Erfolg.

05 AUSREICHEND RESSOURCEN UND KAPAZITÄT

KI-Modelle benötigen spezialisierte, leistungsfähige Hardware und fortschrittliche Anwendungen, sowohl für das Training als auch für den laufenden Betrieb. Ein mangelnder Zugang zu solcher Ausrüstung oder veraltete Technologien werden ein geplantes KI-Projekt von Beginn an gefährden. Zudem ist es wichtig, Betriebskosten und den notwendigen Support zu beachten.

06 ANGEPASSTES DATA MANAGEMENT UND DATA GOVERNANCE

Nur eine solide Datenverwaltung sorgt dafür, dass die genutzten Daten präzise, vollumfänglich und vertrauenswürdig sind und bleiben. Sie gewährleistet, dass Daten einen festgelegten Qualitätsstandard erfüllen und sowohl rechtlichen Vorgaben als auch geschäftlichen Erfordernissen gerecht werden. Insbesondere für neue KI-Fragestellungen gilt es, das Management und die Governance von Daten den neuen Gegebenheiten und rechtlichen Rahmenbedingungen anzupassen und vorausschauend zu adaptieren.

07 AUSREICHENDE DATENERZEUGUNG UND HOHE DATENQUALITÄT

KI-Modelle benötigen große Mengen an qualitativ hochwertigen Daten. Wenn nicht genug Daten vorhanden sind oder die Qualität der Daten nicht ausreicht, wird das Projekt misslingen. Eine geeignete Datenstruktur ist dabei entscheidend, um die Nutzbarkeit von Daten für KI-Anwendungen zu gewährleisten.

08 VERLÄSSLICHE DATENVERFÜGBARKEIT, -SICHERHEIT & KOSTEN

Der Aufbau sowie die Integration einer entsprechenden Daten- und Wissensstrategie sind zentrale Schlüsselemente. Das Thema Datensicherheit gilt es, von vornherein im KI-Projekt mitzudenken. Entsprechende Ressourcen müssen von Beginn an mitgeplant werden – auch für die initiale Beschaffung verlässlicher Daten sowie die kontinuierliche Bereitstellung weiterer Daten für das Nachtrainieren und Monitoring eines KI-Systems.

09 MANAGEMENT COMMITMENT UND KLARE ZUKUNFTSVISION

Gerade weil Erfahrungswerte fehlen und der potenzielle Erfolg einer KI-Initiative häufig unkalkulierbar sein kann, ist das Commitment des Managements unabdingbar. Eine klare Vision davon, wie eine KI-Initiative dem Unternehmen zugutekommt und welche Potenziale in der Zukunft noch gehoben werden, ist entscheidend, um eine breite Akzeptanz auch gegenüber dem damit verbundenen initialen Aufwand sowie dem finanziellen Risiko zu verargumentieren. Nur mit dem Engagement und der Förderung durch das Management wird ein Projekt erfolgreich sein.

10 ERKLÄRBARKEIT UND ROBUSTHEIT

Die Nachvollziehbarkeit eines KI-Systems ist essenziell, da sie es ermöglicht, die Entscheidungsprozesse und Aktionen der KI zu erklären und verständlich zu machen, was vor allem in kritischen Bereichen wie dem Finanzwesen, der Medizin, dem Rechtswesen oder dem Marketing etc. von hoher Bedeutung ist. Entscheidungen der KI haben oftmals weitreichende Konsequenzen für Individuen und müssen strengen regulatorischen Anforderungen genügen. Mit einer hohen Robustheit von KI-Systemen kann unerwartetes Verhalten, das potenziell schwerwiegende Folgen haben könnte, minimiert werden.

Vorteile des AI Maturity Frameworks

Ein strukturiertes Vorgehen zur Integration von KI in Unternehmensprozesse ist entscheidend für das erfolgreiche Balancieren von Innovation, Wachstum und Effizienz.

→ Das AI Maturity Framework bietet einen klar definierten Rahmen, um die Fähigkeiten und den Impact generativer KI auf die Customer Experience systematisch zu erfassen sowie weiterzuentwickeln und bietet zentrale Vorteile.

Orientierung & Roadmapping

Das Modell schafft Klarheit über den aktuellen Stand der Technologie im Unternehmen und zeigt auf, welche Schritte notwendig sind, um das nächste Niveau zu erreichen. Unternehmen können diese Roadmaps verwenden, um strategische Pläne und Investitionen auf der Grundlage des Modells zu strukturieren.

Fortschrittsmessung & Benchmarks

Das Modell bietet messbare Kategorien, mit denen Unternehmen den angestrebten Fortschritt überwachen können. Diese Benchmarks helfen dabei, Leistungen zu bewerten und Bereiche für Verbesserungen zu identifizieren. Das macht es einfacher, den Fokus zu behalten und Ressourcen effizienter zu verteilen.

Risikobewertung & Risikominderung

Das AI Maturity Framework kann dazu beitragen, die potenziellen Risiken verschiedener Stufen aufzuzeigen. Unternehmen können damit Strategien zur Risikominderung entwickeln, die sich auf Sicherheit, Ethik und Compliance konzentrieren, um sicherzustellen, dass die Fortschritte verantwortungsvoll und sicher erfolgen.

Zusammenarbeit & Wissenstransfer

Ein gemeinsames Modell erleichtert die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Regierungsbehörden. Es schafft eine gemeinsame Sprache und Verständnis für den Entwicklungsstand, was sowohl den Wissenstransfer als auch Synergien fördert.

Agile Anpassung & Flexibilität

Das Framework ermöglicht eine agile Herangehensweise an Innovation. Da es mehrere Stufen umfasst, können Unternehmen ihre Strategien flexibel anpassen und auf Veränderungen im Markt, der Technologie oder der Regulierungen reagieren.

Transparenz & Kommunikation

Das Modell hilft, die interne und externe Kommunikation zu vereinfachen, indem es eine klare Struktur für Gespräche über KI bietet. Unternehmen können ihre Fortschritte und Pläne in einem gängigen Kontext kommunizieren und so das Vertrauen der Stakeholder stärken.

Investitionsentscheidungen

Mit einer klaren Klassifizierung können Unternehmen Investitionsentscheidungen zielgerichteter treffen. Das Modell hilft, die Kosten und Vorteile der verschiedenen Levels zu verstehen, was zu besseren Investitionsstrategien führen kann.

Nachhaltige Integration & kontinuierliche Entwicklung

Durch fortlaufende Bewertungen und Anpassungen innerhalb des AI Maturity Frameworks können Unternehmen sicherstellen, dass ihre KI-Strategien nicht nur kurzfristige Erfolge erzielen, sondern auch nachhaltig tragfähig sind.

Autarkie & Discovery

Um in der Technologieentwicklung und -anwendung unabhängiger und flexibler agieren zu können, unterstützt das Modell beim internen Kompetenzaufbau. Gleichzeitig können durch die umfassende und strukturierte Betrachtung frühzeitig mögliche Wachstumsbereiche identifiziert sowie Produktneuerungen und neuen Geschäftsfeldern antizipiert werden.



Wir sind davon überzeugt, dass die Frage nicht lautet, *ob* generative KI die Customer Experience revolutionieren wird und einen bedeutenden Beitrag zur Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit leistet, sondern *wann* Unternehmen davon profitieren.

Bei der rasanten Entwicklungsgeschwindigkeit generativer KI kostet jedes Zögern bares Geld und lässt den Wettbewerb davoneilen. Es gilt, jetzt Potenziale zu erschließen und in die Umsetzung zu gehen. Nur so können Sie sich als Innovationsführer den entscheidenden Vorsprung sichern.

Leading through AI

Mit generativer KI aufs nächste Innovationslevel!
Werden Sie zum Innovationsführer — mit unserer langjährigen Expertise.

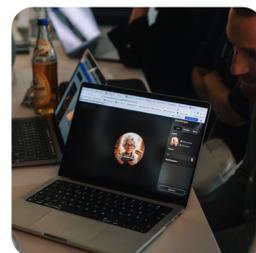
Get your vision aligned

Vor jeder Veränderung steht die Vision: Gemessen an Ihren individuellen Vorbedingungen und Herausforderungen bestimmen wir, was es braucht, um Ihre strategischen Ziele zu erreichen. Wir leiten direkt die konkreten Maßnahmen ab, die den höchsten Impact für Erfolg versprechen. Für eine gemeinsame Vision einer generativen KI, die Sie zum Innovationsführer macht.



Get to the next level

Wir loten alle Möglichkeiten aus und identifizieren die erfolgversprechendsten Projekte. Dabei priorisieren wir Maßnahmen, die den maximalen Hebel für die Customer Experience haben sowie die größte Machbarkeit und Skalierbarkeit aufweisen und somit realen Business Impact liefern. Unsere erfahrenen KI-Expert:innen aus UX, UI und Technology setzen mit Ihnen die entsprechenden Projekte kompetent um.



Get inspired

Von Keynote bis Masterclass – unsere Expert:innen geben Impulse zur nachhaltigen KI-Transformation und teilen Best Practices zur KI-Strategie sowie konkreten Erfahrungen und Herausforderungen bei der Umsetzung. Gemeinsam finden wir den richtigen Ansatzpunkt für Ihr Team und das Management.



Lassen Sie uns gemeinsam Ihre individuellen Ziele und Herausforderungen besprechen und herausfinden, wie wir Ihnen dabei helfen können, Ihre KI-Initiativen erfolgreich umzusetzen. Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Gespräch.

→ [Jetzt Angebot entdecken](#)

Über die Autor:innen



Nina Haller

● Nina Haller leitet als Vorständin des GWA das Ressort Technologie und ist Chief Marketing Officer bei Experience One. Sie entwickelt digitale Marketingstrategien mit klarem Kundenfokus und erschließt Potenziale generativer KI für mehr Customer Centricity in Unternehmen. Als Spezialistin für programmatisches und datengesteuertes Marketing treibt sie die Entwicklung innovativer Kundenlösungen auf Basis technologiegestützter Insights entlang der Customer Journey aktiv voran.



Kai Müller

● Kai Müller ist Gründer und CEO des Digitalunternehmens Experience One. Seit mehr als 20 Jahren folgt er seiner Leidenschaft, große Unternehmen bei der digitalen Transformation zu begleiten und sie dabei zu unterstützen, Innovationsführer in ihrer Branche zu werden. Mit seinem Fokus auf Connected Cars, angewandte KI und disruptive Geschäftsmodelle treibt er die digitale Innovation in Deutschland aktiv voran und hat das Ziel, eine qualifizierte „KI made in Germany“ entscheidend mitzugestalten.



Luise Hübbe

● Als Chief Strategy Officer und Geschäftsführerin von Experience One entwickelt Luise Hübbe erfolgreiche Customer-Experience-Strategien für Unternehmen verschiedenster Größen und Branchen und hebt damit die Kunden- und Nutzerorientierung auf ein neues Level. In Digital- und Transformationsprojekten weiß die Psychologin generative KI so einzusetzen, dass sie einen echten Mehrwert für Nutzer:innen bietet.



Linda Stauffenberg

● Linda Stauffenberg ist Mitgründerin und Geschäftsführerin von Experience One. Mit ihrer langjährigen Expertise in der Positionierung und dem Coaching von Changemakern, treibt sie als strategische Beraterin Veränderungs- und Transformationsinitiativen in komplexen Organisationen voran. Sie unterstützt Unternehmen dabei, kundenzentriert zu agieren und eine nachhaltige Innovationskultur zu etablieren.

Experience One AG

Experience One ist gründergeführter Partner für digitale Transformation und Innovation. Seit 2006 gestalten 150+ Experience Engineers für Marken und Unternehmen wie Mercedes-Benz, AOK, Bosch, Zeiss, EnBW und Finanz Informatik aus der Sparkassen-Finanzgruppe zukunftsweisende Digitallösungen und etablieren das notwendige Mindset bei Entscheider:innen. Das Ziel: Die Innovationskraft in Deutschland entfachen und den entscheidenden Wettbewerbsvorsprung sichern. Experience One ist an den Standorten Stuttgart, Berlin und Frankfurt vertreten.

Quellenverzeichnis

- 1 Handelsblatt-Umfrage unter 40 DAX-Konzernen. Online verfügbar unter: <https://www.handelsblatt.com/technik/forschung-innovation/handelsblatt-umfrage-iphone-moment-70-prozent-der-dax-konzerne-sagen-dass-ki-ihr-geschaeftsmodell-veraendert/29222240.html> (letzter Zugriff: 07.06.2024).
- 2 Capgemini-Studie „Harnessing the value of generative AI: Top use cases across industries“. Online verfügbar unter: <https://www.capgemini.com/insights/research-library/generative-ai-in-organizations/> (letzter Zugriff: 10.06.2024)
- 3 Gartner-Umfrage unter 2.500 leitenden Angestellten. Online verfügbar unter: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2023-05-03-gartner-poll-finds-45-percent-of-executives-say-chatgpt-has-prompted-an-increase-in-ai-investment> (letzter Zugriff: 10.06.2024).
- 4 SAE Taxonomy and Definitions for Terms Related to Driving Automation Systems for On-Road Motor Vehicles (J3016) (2014ff.). Online verfügbar unter: https://www.sae.org/standards/content/j3016_202104/ (letzter Zugriff: 05.06.2024).
- 5 Morris, M. R. et al. (Google DeepMind) (2023) – Position: Levels of AGI for Operationalizing Progress on the Path to AGI. Online verfügbar unter: <https://arxiv.org/abs/2311.02462> (letzter Zugriff: 05.06.2024).
- 6 EU AI Act (European Commission) (2024). Online verfügbar unter: <https://artificialintelligenceact.eu/de/> (letzter Zugriff: 19.06.2024).
- 7 The IEEE Global Initiative on Ethics of Autonomous and Intelligent Systems – Ethically Aligned Design. A Vision for Prioritizing Human Well-being with Autonomous and Intelligent Systems. Version 2 – For Public Discussion. Online verfügbar unter: https://standards.ieee.org/wp-content/uploads/import/documents/other/ead_v2.pdf (letzter Zugriff: 19.06.2024).
- 8 Renner, N. et al. (Fraunhofer IAO) (2024) – KI als strategisch Ressource für Produkte etablieren. Erkenntnisse aus dem AI Innovation Seed des KI-Fortschrittszentrums, Tabelle 1, Seite 9. Online verfügbar unter: <https://publica.fraunhofer.de/entities/publication/92eae033-2020-4e46-b915-dd13e1abbb39/details> (letzter Zugriff: 07.06.2024).
- 9 Renner, N. et al. (2024), S. 7ff.

Glossar

AGI	Artificial General Intelligence (Künstliche allgemeine Intelligenz, auch: Strong AI oder Full AI); ermöglicht Computerprogrammen, jede menschliche intellektuelle Aufgabe zu verstehen oder zu erlernen
API	Application Programming Interface (Programmierschnittstelle); ermöglicht Systemen und Anwendungen, miteinander zu kommunizieren und Daten auszutauschen
CRM	Customer Relationship Management; ein strategischer Ansatz, der zur vollständigen Planung, Steuerung und Durchführung aller interaktiven Prozesse mit Kund:innen genutzt wird. CRM-Software oder -Systeme, wie z.B. Salesforce oder HubSpot, erfassen strukturiert relevante Kund:innendaten und Vorgänge und steigern so die Effizienz im Vertrieb, Marketing oder Sales-Department
Customer Journey	Kundenreise (verwandt mit: User Journey, Buyer's Journey); bezeichnet die einzelnen Phasen, die Kunden durchlaufen, bevor sie sich für den Kauf eines Produktes oder Services entscheiden
CX	Customer Experience (Kundenerlebnis); die Art und Weise, wie ein Unternehmen mit seinen Kunden in allen Aspekten des Einkaufserlebnisses interagiert
GenAI	Generative künstliche Intelligenz (generative KI); eine Form künstlicher Intelligenz, die auf Basis von Vorgaben und vorhandenen Informationen neue Inhalte generieren kann
KPI	Key Performance Indicator (Leistungskennzahl); misst in einem Unternehmen z.B. Leistung, Erfolg oder Auslastung
LLM	Large Language Model (großes Sprachmodell); eine Art von Algorithmus der KI, der Deep-Learning-Techniken und große Datensätze verwendet, um neue Inhalte zu verstehen, zusammenzufassen, zu generieren und vorherzusagen
MarTech	Marketing Technology; Sammelbegriff für Software und technische Tools, die für die Planung, Ausführung und Messung von Marketingmaßnahmen eingesetzt werden (z. B. zur Prozessautomatisierung, Datensammlung)
Prompt	Eingabeaufforderung; ein Befehl an eine KI, der in natürlicher Sprache und in Form von Schlüsselwörtern oder Satzfragmenten eingegeben wird, um ein Ergebnis in Text- oder Bildformat zu erschaffen. Dabei kann eine individuelle Eingabe von Nutzenden (User-Prompt) oder eine globale Anfrage (System-Prompt) erfolgen
RAG	Retrieval Augmented Generation (in etwa: Generierung von Inhalten ergänzt durch Abrufen von Informationen); verbessert die Genauigkeit und Zuverlässigkeit generativer KI-Modelle durch Einbindung externer Wissensquellen
RAG+	Retrieval Augmented Generation Plus; eine von Experience One entwickelte Bezeichnung für ein neues Verfahren, bei dem RAG durch gezielte Kombination unterschiedlicher Methoden und Ansätze optimiert wird, sodass bspw. semantische Einstiege in die Datenbasis sowie relationelle Beziehungen zwischen Daten abgebildet werden können
SalesTech	Sales Technology; definiert eine Reihe von Tools, die die Produktivität des Vertriebs beschleunigen und verbessern

Impressum

Herausgegeben von
Experience One AG

Seidenstraße 19
70174 Stuttgart
Tel.: +49 711 25 35 99 60

business@experienceone.com
www.experienceone.com

Redaktion und Lektorat: Silvia Frank, Julia Keller, Aline Stang
Layout und Satz: Tobias Lange

Copyright: Experience One AG, 2024

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung von Experience One zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesenden. Die Publikation oder Auszüge davon dürfen nicht entfremdet und nur unter Nennung der Quelle und Autor:innen zitiert werden. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen bei Experience One.



experienceone.ai

