



Foto: tippapatt/stock.adobe.com

So geht künstliche Intelligenz für KMU

ÜBER KI, BI, NLP UND LLM Business Intelligence stellt die richtigen Daten zur richtigen Zeit bereit. Kommt dabei künstliche Intelligenz (KI) zum Einsatz, können Unternehmen einerseits die Datenqualität erhöhen und andererseits Auffälligkeiten und versteckte Muster erkennen. Damit werden Entscheide besser, Teams effizienter und innovativer und Geschäftsmodelle auf die Zukunft ausgerichtet.

AUTOR PATRICK PÜNTENER

KMU sind gezwungen, innovativ zu sein. Laufend effizienter zu werden. Qualität sicherzustellen. Dazu braucht es vor allem den cleveren Umgang mit Daten, um die richtigen Entscheide zu treffen. KI kann dazu einen wertvollen Beitrag leisten. Wollen sich KMU dem Thema annähern, müssen sie nicht nur in technologischen Themen sattelfest sein, sondern auch wissen, wie man die Menschen im Unternehmen auf diese Reise mitnimmt.

Was meinen wir eigentlich genau mit künstlicher Intelligenz, konkret im Zusammenhang mit Business Intelligence (BI)? Etwas vereinfacht gesagt fokussiert klassische BI ausschliesslich auf die Bereitstellung von Datensätzen. Der oder die Anwender*in sind dann gefordert, diese zu analysieren und zu interpretieren. Wer sich im Alltag mit Datensätzen auseinandersetzt, weiss, wie schwierig es sein kann, den Überblick zu wahren. Eine KI setzt genau hier an. Sie hilft, «Verstecktes» in den Daten zu finden, Informationen aus Texten und Bildern zu gewinnen, Entscheidungshilfen bereitzustellen oder Daten «vorherzusagen».

KI IN EINFACHER SPRACHE

Viele Unternehmen investieren bereits in Maschinelles Lernen (ML) oder Deep Learning. Dabei kommen mathematische Methoden zum Zug, die in den Daten Muster und Auffälligkeiten erkennen. ML kann so die Qualität der Daten bei automatisierten Datenimporten oder der Datenintegration steigern – Daten werden validiert, bei Bedarf ergänzt oder korrigiert und kategorisiert. Komplexe Systeme können auch visuelle Daten entsprechend analysieren.

Wer von Natural Language Processing (NLP) und Large Language Models (LLM) spricht, meint damit die Verarbeitung und Analyse von Daten in natürlicher, «normaler» Sprache. Dies erlaubt – neben den bekannten ChatGPT-Anwendungen – beispielsweise die Kategorisierung unstrukturierter Texte sowie die Verknüpfung externer Informationen und Dokumente mit unternehmenseigenen Daten. So können auf Knopfdruck fertige Berichte oder Dashboards direkt aus einem Datensatz generiert werden. Und es wird einfacher, mit der Maschine zu interagieren: «Ich möchte die Jahreszahlen für Abteilung X sehen – und sag mir, was besonders auffällt!»

Die KI gestaltet also die Art und Weise, wie Menschen in Unternehmen arbeiten, neu:

- sie steigert die Effizienz dank der Automatisierung von Prozessen,
- sie hilft, bessere Entscheide zu treffen, dank offengelegten Auffälligkeiten,
- sie verbessert die Qualität und Sicherheit durch Simulation, Validierung oder Vorhersage von Ergebnissen und
- sie erlaubt es, Geschäftsmodelle neu zu denken, dank besserer Datenqualität und «intelligenter» Analyse.

EINKAUFEN ODER SELBST BAUEN?

Wo soll ein KMU konkret anfangen? Im Kern beginnt alles mit einem Tool, das es erlaubt, die firmeneigenen Daten auf sichere Weise einer KI zur Verfügung zu stellen.

1. Die einfachste Lösung ist der Einsatz bestehender KI-Anwendungen. Um ein weit verbreitetes Beispiel zu geben: Microsofts Copilot vernetzt im Hintergrund sämtliche Unternehmensdaten und Office-Anwendungen auf intelligente Weise. Copilot holt nicht «nur» die reinen Daten und stellt Suchresultate zur Verfügung. Die KI sammelt Kontextinformationen und analysiert alle bekannten Zusammenhänge, schickt diese durch ein LLM und liefert so präzisere, einfacher verständliche Informationen zurück. Sie kann sogar neue Inhalte generieren, die auf Firmendaten basieren. Dadurch können Anwender*innen unter anderem automatisch Texte schreiben lassen, E-Mails automatisch beantworten oder Konversationen in Teams-Chats zusammenfassen und Fragen dazu stellen.
2. Die zweite Stufe ist der Einsatz vorgefertigter Frameworks wie – auch hier wieder ein Beispiel – Power Plattform, die konfigurierbare KI-Werkzeuge eingebaut haben. So können Unternehmen bereits sehr flexibel eine eigene Anwendung bauen. Dazu gehören Chatbots, die komplexe Fragen beantworten können – beispielsweise für die Unterstützung von Call-Center-Agenten, gestützt auf den Daten eines Helpdesksystems. Oder die KI generiert automatisch Marketingtexte für unterschiedliche Zielgruppen in unterschiedlichen Sprachen – alles basierend auf einem Produktkatalog.
3. Die Königsdisziplin: ein eigenes KI-Modell, das selbst «trainiert» wird. Dies erlaubt beliebig komplexe Anwendungen und Use Cases. Von wissensbasier-

ten Chatbots und Prozessanalysen über die Generierung, Auswertung und dem Verändern von Social Media-Inhalten bis zur sprachgesteuerten Kreation von Bildern und Videos oder sogar dem Entdecken neuer Geschäftsmodelle sind kreativen Lösungen kaum mehr Grenzen gesetzt.

DIE ROADMAP – WAS BRAUCHT'S?

Es gibt keinen Weg daran vorbei: Die technologische Basis muss stimmen. Die richtigen Software-Lizenzen, die Daten in der Cloud und in geeigneter Qualität, die neuesten Technologien. Darüber hinaus gilt es aber, zahlreiche weitere Grundlagen sicherzustellen: Governance-Themen zu regeln, ethische Leitplanken aufzuziehen und Strategie und Businessmodell auf Tauglichkeit zu prüfen.

Es ist erfahrungsgemäss angezeigt, dazu externe Hilfe zu beanspruchen, ganz besonders im Zusammenhang mit der vielleicht grössten Herausforderung: den Menschen. Der Einsatz aller Technologien, aber besonders von KI, ist nicht zuletzt eine Frage der Haltung und der Kultur. Teams benötigen viel Begleitkommunikation, Schulungen, Coachings und Sparring. Menschen wollen verstehen, motiviert und aktiv begleitet werden.

Involvieren Sie also neben den IT-Spezialisten immer auch die HR- und Kommunikationsverantwortlichen in den Change-Prozess. Um die Menschen auf die Reise mitzunehmen, braucht es halt immer noch: Menschen. Denn ein Tool allein, auch ein intelligentes, hat noch nie den Unterschied gemacht. ■

DER AUTOR



Patrick Püntener ist CEO von AliceBlue. Seine Expertise umfasst komplexe Plattformprojekte, Informationsarchitekturen und Employee Experience. AliceBlue bietet als Teil der Netrics Gruppe umfassende Dienstleistungen rund um den digitalen Arbeitsplatz inklusive Strategieberatung, Kulturentwicklung, Konzeption und Begleitung der technologischen Umsetzung.

www.aliceblue.ch