

Hand in Hand: menschliche und künstliche Intelligenz

Praktisch jeder Bereich im Unternehmen kann mit digitaler Unterstützung besser betrieben werden. Doch auch die menschliche Komponente bleibt von extrem hoher Bedeutung. Eine kluge Vernetzung der realen mit den digitalen Übermorgengestaltern bringt den maximalen Erfolg.

■ Von Anne M. Schüller

Menschen, humanoide Roboter und künstliche Intelligenzen (KI) bewegen sich mit atemberaubendem Tempo aufeinander zu. Vom Metaversum, der kompletten Verschmelzung der realen mit der virtuellen Welt, spricht man bereits. Nie wieder wird der Wandel so gemächlich voranschreiten wie heute. Quantencomputer werden das Tempo weiter erhöhen. Sie sind Millionen Mal schneller als moderne Superrechner. Das Bonmot vom Quantensprung wird Realität.



Wir werden Technologien sehen, die alles bisher Erlebte in den Schatten stellen. Die Kombination digitaler Möglichkeiten wird zu Innovationen führen, von denen wir heute noch gar keine Vorstellung haben. Und sie werden nicht erst im nächsten Jahrhundert kommen, sondern in ein, zwei Dekaden. Nur Unternehmen, die neue Technologien willkommen heissen und lernen, sie gewinnbringend einzusetzen, werden in Zukunft am Markt bestehen.

Bedrohung oder Freund und Helfer?

In westlichen Kulturen werden künstliche Intelligenzen und auch Roboter meist als Bedrohung gesehen, die eines Tages womöglich die Menschheit vernichten, ein Glaube, an dem die US-amerikanische Filmindustrie nicht ganz unschuldig ist. In asiatischen Kulturen hingegen gelten Roboter als etwas Gutes. Deshalb kommen sie dort auch so niedlich daher. In humanoider Form sind sie viel kleiner als wir, um uns keine Angst zu machen. Und ihre Gesichter entsprechen dem Kindchenschema. Das macht sie nahbar und erleichtert den Zugang, ein Umstand, der die fernöstliche Wirtschaft boomen lässt.

Westliche Roboter hingegen sehen meist wie Erwachsene aus. Wir gehen mit ihnen auf Konfrontation und übertragen unsere

Furcht vor ihnen auf jede Art von KI. Natürlich braucht es den wachen Blick auf die nicht wegdiskutierbaren Gefahren. Doch statt vor dystopischen Endzeitszenarien zu erstarren, sollten wir uns besser konstruktiv darauf konzentrieren, was KI & Co. jetzt und in naher Zukunft für uns tun kann. Und statt über einen etwaigen Verlust von Arbeitsplätzen zu lamentieren, sollten wir uns für die Berufe der Zukunft rüsten. Denn was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert.

Was Menschen besser können

Die Industrialisierung revolutionierte die Körperarbeit, die Digitalisierung krepelt nun die Hirnarbeit um. KI-Tools dienen der Unterstützung und Erhöhung unserer eigenen Intelligenz. So wird KI uns nicht ersetzen, sondern die werden ersetzt, denen es nicht gelingt, KI & Co. als Assistenten für ihre eigene Intelligenz zu nutzen.

KI kann zigtausend Dinge tun, die im betrieblichen Alltag nützlich sind, die die qualitative Arbeit der Beschäftigten steigern und zu besseren Entscheidungen führen. Sie ist eine Meisterin der Routine und rund um die Uhr für uns da. Menschen hingegen sind genau dann gefragt, wenn frische Herangehenswei-

sen benötigt werden, die man auch mit einer Fülle von Daten nicht berechnen kann. Ideen mit Charakter sozusagen.

Menschen sind Generalisten – und Multitalente. Wir punkten mit Humor, mit Fantasie, Empathie, Intuition, Impulsivität, Spiritualität, mit Kontexterfassung, Fingerspitzengefühl, Improvisationstalent, Verhandlungsgeschick, gesundem Menschenverstand – und mit Liebe. Top ausgeprägt ist bei uns auch die Lust am Sozialen, das, was der Anthropologe Lionel Tiger «Sociopleasure» nennt. Wer es auf solchen Gebieten zur Könnerschaft bringt und sich zudem beruflich stets weiterentwickelt, ist im Digitalzeitalter vorn.

Worin KI & Co. besser sind

Künstliche Intelligenzen sind Spezialisten auf einem bestimmten Gebiet. Sie lösen vordefinierte Anwendungsaufgaben. Nachdem sie eine Weile geübt haben, sind sie darin immer besser als der Mensch. Geht es um Schnelligkeit, grosse Stückzahlen, Informationsberge, Automatisierung, um das Bewältigen repetitiver, fehleranfälliger, anstrengender, schmutziger, ungesunder, gefährlicher Arbeit, liegt KI vorn. Sie lernt irre flott, weil sie riesige Datenmengen verarbeiten und diese miteinander vernetzen kann. Sie braucht höchstens Stunden da, wo Menschen Wochen, Monate, Jahre brauchen.

Selbstlernende Software kann nicht nur von sich aus intelligenter werden, sie ist längst auch kreativ. Manche KI beginnt bereits autonom nach Betätigungsfeldern zu suchen, weil man ihr Belohnungsprogramme eingepflanzt hat. Sie bringt sich selbst etwas bei. Smarte KI kann Geschichten schreiben, Symphonien komponieren, eigene Kunstwerke erschaffen, Emotionen interpretieren, Mitgefühl simulieren. Sie kann sich programmieren und sich replizieren, also selbstständig neue Intelligenzen gebären.

Doch Ethik, Werte, Moral: Das kennt die Technologie nicht. Das muss von den Menschen kommen. Am Anfang jeder Software-Programmierung steht immer ein Mensch. So spiegelt KI unsere Werte. Sie übernimmt das Gute und das Schlechte von uns. In den Händen der Falschen ist sie ein Teufelszeug. Obacht ist also existenziell.



Wissen und Weisheit verknüpfen

Eine gut gemachte künstliche Intelligenz versucht nicht, das menschliche Gehirn zu imitieren. Sie unterstützt uns vielmehr darin, bessere Ergebnisse hervorzubringen. So macht künstliche Intelligenz aus Zahlen, Daten und Informationen Wissen. Und menschliche Intelligenz? Sie gelangt über aufbereitetes implizites Wissen, Erfahrungen und Selbstreflexion zum Erfolg. Zum Beispiel verknüpft der Online-Anbieter Outfittery, wie ähnliche Anbieter auch, die Stärken menschlicher und künstlicher Intelligenz so: Auf Basis von Informationen, die der Besteller im Vorfeld zur Verfügung stellt, gibt zunächst die KI eine Empfehlung ab, welche Artikel aus dem breiten Sortiment dem Kunden am besten gefallen könnten. Da die KI aber kein Modebewusstsein hat, beschäftigt Outfittery Stylisten, die die finalen Outfits für die Kleiderboxen zusammenstellen.

Überall rücken Mensch und KI enger zusammen. Als Tandem sind sie sowohl dem Menschen allein als auch der KI allein überlegen. Kernfragen sind also diese:

- Was kann KI besser als Menschen?
- Was können Menschen besser als KI?
- Wann überlassen wir die Arbeit der KI – und wann schreiten wir ein?
- Welche neuartigen Leistungen können Menschen mit KI-Unterstützung erbringen?
- Wie kann es gelingen, das Beste von beidem so miteinander zu verknüpfen, dass es unser Leben, unsere Arbeit und die Welt besser macht?

Um diese Fragen herum werden eine Menge neue Berufsbilder entstehen.

«Menschmomente» entscheidend

KI & Co. müssen erst in die Schule gehen, damit sie etwas können. Künstliche Co-Worker müssen programmiert, betreut, trainiert und vor Angriffen geschützt werden. Das macht die Arbeit anspruchsvoller. Nur die wenig

Qualifizierten arbeiten der KI als Handlanger zu. Sehr gut bezahlt werden hingegen die, welche künstliche Intelligenzen zur Hochform auflaufen lassen. Zudem sind zunehmend die gefragt, die mehr können als das, was Software kann: inspirierte und in die Zukunft verliebte Übermorgengestalter.

Klar, in vielen Situationen wird der direkte Kundenkontakt nicht mehr gebraucht. Doch wenn wir ihn brauchen, dann muss er aussergewöhnlich werden, was ein extrem gutes Training verlangt. «Sie sprechen jetzt mit einem Menschen» muss ein Qualitätsmerkmal sein. Eine junge Dame neulich am Telefon heiter: «Lehnen Sie sich entspannt zurück. Ich werde mich ruckzuck um alles kümmern. Das kriegen wir hin.» Wunderbar!

Damit wird sichtbar: Die menschliche Komponente bleibt auch in Zukunft von hoher Bedeutung. Gerade, weil wir immer mehr von Digitaltools umgeben sind und deren Perfektion zunehmend steigt, verstärkt sich unsere Sehnsucht nach Momenten, in denen es menschelt. Das Wichtigste für uns Menschen sind andere Menschen. So riskiert der, der seine Mitarbeitenden komplett durch Digitaltools ersetzt, dass er Kunden verliert.

Für die Zukunft gerüstet

Die Digitalisierung steht niemals still. So gilt es, regelmässig sehr selbstkritisch zu erkunden, wo man heute steht und was zügig eingeleitet werden muss, um durch eine kluge Kombination von Mensch und Maschine auch in Zukunft erfolgreich zu sein. In Bezug auf den Einsatz effizienter Technologien stellen sich dabei folgende Fragen:

- Welche Technologien sind oder werden demnächst für uns relevant?
- Welche dieser Technologien nutzen wir schon? Auf welchem Niveau?
- Wie können wir uns auch technologisch vom Wettbewerb abheben?

DAS NEUE BUCH DER AUTORIN



Anne M. Schüller

Bahn frei für Übermorgengestalter

25 Quick Wins für Innovatoren und Zukunftsversther

Gabal Verlag, 216 Seiten
ISBN: 978-3967390933

- Wie macht uns das attraktiv für bestehende und neue Topkunden?
- Wie macht uns das attraktiv für unsere Mitarbeitenden und Toptalente?
- Was müssen wir wann/wie beginnen, um zum Überflieger zu werden?
- Wie gelangen wir zügig an das dafür notwendige Know-how?
- Was können wir aus eigener Kraft weiterentwickeln? Wer? Wie?
- Worin brauchen wir externe Unterstützung? Wer? Wann? Wie?

Ganz wichtig dabei: Wer Digitalisierungspotenzial analysiert, dem geht es nie um die Digitalisierung per se. Die ist nur Mittel zum Zweck. Der entscheidende Mehrwert besteht darin, dass nicht nur HR, sondern praktisch jeder Bereich und jedes Business mit digitaler Unterstützung besser betrieben werden kann.



AUTORIN

Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Zu diesen Themen hält sie Impulsvorträge auf Tagungen, Fachkongressen und Online-Events. 2015 wurde sie für ihr Lebenswerk in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Beim Business-Netzwerk LinkedIn wurde sie Top-Voice 2017 und 2018. Von Xing wurde sie zum Spitzenwriter 2018 und zum Top Mind 2020 gekürt. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager und zertifizierte Orbit-Organisationsentwickler aus. www.anneschueler.de

© WEKA Business Media AG, Zürich, 2022

Urheber- und Verlagsrechte: Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck sowie Wiedergaben, auch auszugsweise, sind nicht gestattet. Die Definitionen, Empfehlungen und rechtlichen Informationen sind von den Autoren und vom Verlag auf ihre Korrektheit in jeder Beziehung sorgfältig recherchiert und geprüft worden. Trotz aller Sorgfalt kann eine Garantie für die Richtigkeit der Informationen nicht übernommen werden. Eine Haftung der Autoren bzw. des Verlags ist daher ausgeschlossen. Aus Platzgründen und zwecks besserer Lesbarkeit wurde meist die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist dabei selbstverständlich mitgemeint.

Impressum

Verlag WEKA Business Media AG
Hermetschloosstrasse 77
CH-8048 Zürich
www.weka.ch

Herausgeber Stephan Bernhardt

Redaktion Dave Husi

Publikation 10 x jährlich, Abonnement: CHF 98.– pro Jahr, Preise exkl. MWST und Versandkosten.

Als digitale Publikation erhältlich unter:
www.weka-library.ch

Bildrechte www.iStockphoto.com

Bestell-Nr. NL9232