

eBOOK
www.bigdata-insider.de

BIGDATA
INSIDER



Ai



Revolution in der Unternehmenswelt: So beschleunigt und verbessert KI Entscheidungen

Künstliche Intelligenz analysiert in kürzester Zeit riesige Datenmengen. Das macht sie interessant für Unternehmen.

Powered by:



Inhalt

3 Künstliche Intelligenz muss gut vorbereitet werden

Was ist Künstliche Intelligenz?

7 Fundierte Entscheidungen fällen ohne Data-Analytics-Kenntnisse

KI weiß mehr, als du denkst

10 So wird Künstliche Intelligenz angewandt

Beispiele aus der Praxis

13 Data Analytics und KI: eine effiziente Partnerschaft

KI-geprägte Unternehmenszukunft mit Tableau von Salesforce

Powered by:



Salesforce.com Germany GmbH

Ulmenstraße 30

60325 Frankfurt am Main

Telefon 0800 1822338

E-Mail cschuetz@salesforce.com

Web www.tableau.com/de-de

www.salesforce.com/de



Vogel IT-Medien GmbH

Max-Josef-Metzger-Str. 21, 86157 Augsburg

Telefon +49 (0) 821/2177-0

E-Mail redaktion@bigdata-insider.de

Web www.BigData-Insider.de

Geschäftsführer: Werner Nieberle,

Günter Schürger, Tobias Teske

Chefredakteur: Nico Litzel, V.i.S.d.P.,

nico.litzel@vogel.de

Erscheinungstermin: Februar 2024

Titel: Limitless Visions/stock.adobe.com



Haftung: Für den Fall, dass Beiträge oder Informationen unzutreffend oder fehlerhaft sind, haftet der Verlag nur beim Nachweis grober Fahrlässigkeit. Für Beiträge, die namentlich gekennzeichnet sind, ist der jeweilige Autor verantwortlich.

Copyright: Vogel IT-Medien GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, digitale Verwendung jeder Art, Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion.



2

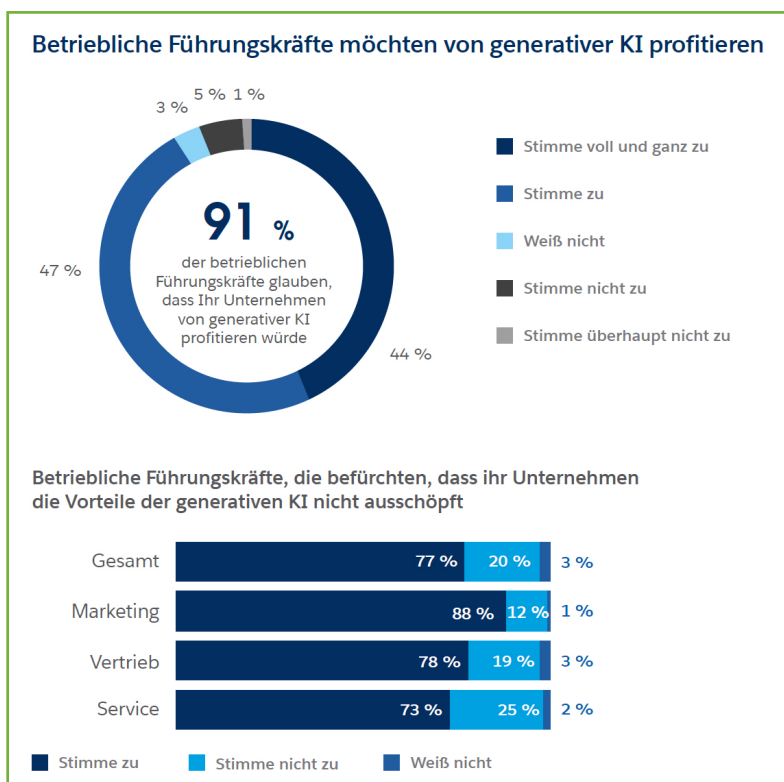
BigData-Insider | Revolution in der Unternehmenswelt

Künstliche Intelligenz muss gut vorbereitet werden

Kundenfragen automatisch beantworten, Schichtpläne optimieren oder Verkaufsprognosen sekundenschnell erstellen – Künstliche Intelligenz bietet für Unternehmen viel Potenzial. Doch um dies nutzen zu können, sind vertrauenswürdige Daten unerlässlich.

Autos fahren von selbst, Bilder entstehen allein durch die Eingabe eines Textes und Übersetzungen sind in Sekundenbruchteilen fertig – was sich lange Zeit wie Science-Fiction angehört hat, ist heutzutage Wirklichkeit. All diese Anwendungen basieren auf Künstlicher Intelligenz (KI) und bieten ganz neue

Möglichkeiten. Besonders für Unternehmen eröffnet Künstliche Intelligenz viele Chancen, schneller und effizienter zu arbeiten und dadurch die Gewinne zu maximieren. Mit KI können beispielsweise Schichtpläne optimiert werden, Kundenfragen automatisch beantwortet oder Verkaufsprognosen erstellt werden. Die Entwicklungen in der Künstlichen Intelligenz sind rasant. Das führt dazu, dass in einer Umfrage mehr als drei Viertel der Geschäftsführerangaben, Angst davor zu haben, die Vorteile von KI zu verpassen. Die Umfrage entstand im Rahmen der Studie „[State of Data and Analytics](#)“ von Salesforce aus dem Jahr 2023, für die mehr als 5.500 Geschäftsführer aus der ganzen Welt befragt wurden.



Die überwältigende Mehrheit der betrieblichen Führungskräfte sieht ein enormes Potenzial in der Nutzung generativer KI. (Bild: Salesforce „State of Data and Analytics“)

Künstliche Intelligenz ist menschengemacht

Doch was ist eine Künstliche Intelligenz genau? „KI ist eine Technik zur Simulation des menschlichen Intellekts unter Verwendung einer Sammlung von Algorithmen, um einen neuen Computer zu schaffen, der ähnliche Aufgaben wie ein Mensch bewältigen kann“, erklärt Dr. Jasmin Praful Bharadiya in einer [2023 veröffentlichten Studie](#). Die Forscherin

Was ist Künstliche Intelligenz?

ist an der Fakultät für Information und Technologie an der University of Cumberlands in den USA tätig. Der Vorteil von KI besteht darin, dass der Computer Dinge selbst lernt und neue Zusammenhänge entdeckt. Generative Künstliche Intelligenz, wie ChatGPT, kann sogar Texte, Bilder oder andere Medien erstellen – im Gegensatz zu Algorithmen, die nur nach bestimmten Schemata ablaufen und nichts Neues schaffen können.

Bei herkömmlichen Programmen muss vorher ein Mensch die Regeln programmieren, wodurch Algorithmen auf neue Gegebenheiten nicht flexibel reagieren können und auch selbst keine neuen Inhalte erstellen können. Eine Künstliche Intelligenz funktioniert anders, denn sie kann aus vorhandenen Daten selbst lernen. Eine wichtige Technik ist dabei das Machine Learning (ML). Das ML umfasst verschiedene Techniken, die darauf abzielen, Maschinen beizubringen, wie man Probleme löst, indem man sie historischen Beispielen – also vorhandenen Daten – aussetzt. Eine Technik des Machine Learning ist das Deep Learning (DL), welches die datenverarbeitenden Funktionen des menschlichen Gehirns simuliert. Es erzeugt Muster und liefert auf deren Basis Ergebnisse. Will man beispielsweise das Onlineshopping-Verhalten seiner Kunden untersuchen, würde man der KI das Vorgehen möglichst vieler Kunden vorlegen, damit die KI darin Muster erkennen kann.

Horrorszenarien von Robotern, die mithilfe von KI die Weltherrschaft übernehmen, sind aber nicht realistisch. We-

sentlich näher an der Wirklichkeit liegen dagegen Anwendungsfälle, in denen die KI große Mengen von Daten analysiert und unter festgelegten Zielsetzungen auswertet. Denn Computerprogramme können große Datenmengen im Gegensatz zum menschlichen Gehirn konstant und ohne Qualitätsverlust zuverlässig verarbeiten. Künstliche Intelligenz kann in Unternehmen beispielsweise die Beantwortung von Kundenfragen übernehmen, Kundenverhalten analysieren oder bei der Software-Entwicklung unterstützen. Kein Wunder, dass 91 Prozent der Geschäftsführer in KI enorme Potenziale sehen, wie die Studie „State of Data and Analytics“ von Salesforce zeigt. Eine elementare Voraussetzung gilt es in der maschinellen Datenanalyse jedoch zu beachten: Die verwendeten Daten müssen vertrauenswürdig sein.

Die Sicherheit der Daten hat oberste Priorität

Die Datensicherheit ist für die Verwendung von KI in mehrerlei Hinsicht von Bedeutung. Erstens müssen die Daten an sicheren Orten liegen. Für Europa ist der Standard, dass die Daten – die immer öfter in Clouds gespeichert werden – innerhalb der Europäischen Union gespeichert sind. Mit Blick auf die Datensicherheit müssen auch die IT-Systeme jederzeit auf dem aktuellsten Stand der



Was ist Künstliche Intelligenz?

Technik sein, um Angriffen standhalten können. Sind die Daten von Unternehmen derart gesichert, steht das digitale Haus auf einem soliden Fundament – die Grundvoraussetzung für alle weiteren Arbeiten. Denn insbesondere personenbezogene Daten unterliegen strengen Datenschutzauflagen.

Prozesse in einem Unternehmen genau zu analysieren und Verbesserungsvorschläge zu machen.

Doch selbst wenn alle Daten vorliegen, gibt es einiges zu beachten. Wer davon ausgeht, dass man die KI nur mit angesammelten, unsystematischen Daten füttern muss, damit diese sinnvolle Ergebnisse ausgibt, wird schnell enttäuscht werden. Denn die Qualität der Daten ist essenziell, um gute Resultate zu erzielen. So gaben in der Salesforce-Studie 86 Prozent der Analytik- und IT-Führungskräfte an, dass die Ergebnisse einer KI nur so gut seien wie die Daten-Inputs. Laut IT-Fachkräften

müssen die Daten in vollständiger, einheitlicher und genauer Form vorliegen, damit die KI mit ihnen arbeiten kann. Deshalb müssen die Daten zunächst bereinigt werden, bevor eine KI mit ihnen gefüttert wird.

Datenverwaltung sichert Qualität

Um vertrauenswürdige Daten zu erhalten, müssen Duplikate, falsche Bezeichnungen, falsche Formate und Ausreißer entfernt werden. Ferner sollte die Quelle der Daten nachvollziehbar sein. Unternehmen sollten klar kennzeichnen, woher die Daten aus den Datensätzen stammen. Die Datenverwaltung ist von elementarer Bedeutung für Unternehmen, um die Sicherheit der Daten zu gewährleisten. So setzen laut Salesforce-Studie 85 Prozent der Ana-

Sicherheitsbedrohungen sind für alle Führungskräfte von größter Bedeutung

Betriebliche Führungskräfte Wichtigste Herausforderungen im Datenbereich		Analytics- und IT-Führungskräfte Wichtigste Herausforderungen im Datenbereich	
1	Sicherheitsrisiken	1	Sicherheitsrisiken
2	Überwältigende Datenmenge	2	Mangelnde Datenharmonisierung
3	Mangelnde Ausbildung	3	Schwierigkeiten bei der Gewährleistung der Datengenauigkeit/-qualität
4	Einblicke gewinnen dauert zu lange	4	Budgetbeschränkungen
5	Mangelnde zentrale Informationsquelle	5	Herausforderungen bei der Migration von Datenarchitekturen

Für alle Führungskräfte sind Sicherheitsrisiken das größte Hindernis, wenn es darum geht, mehr Informationen aus den Daten zu ziehen. (Bild: Salesforce „State of Data and Analytics“)

Aktuell halten Sicherheitsrisiken Führungskräfte und IT-Fachkräfte davon ab, mehr Informationen aus den Daten zu ziehen. Das zeigt die Salesforce Studie aus 2023. Die Sicherheitsrisiken lassen sich auch auf einen Mangel an Datentransparenz zurückführen. Darunter versteht man die Fähigkeit, Daten einzusehen, zu überwachen und zu verwalten sowie Daten über verschiedene Quellen zu erfassen und zu nutzen. Der Studie zufolge fehlt es über vierzig Prozent der Analytik- und IT-Fachkräften an den genauen Einblicken, wie Daten innerhalb ihres Unternehmens genutzt werden. Fehlen diese Einblicke, ist es später für die Künstliche Intelligenz nicht möglich,

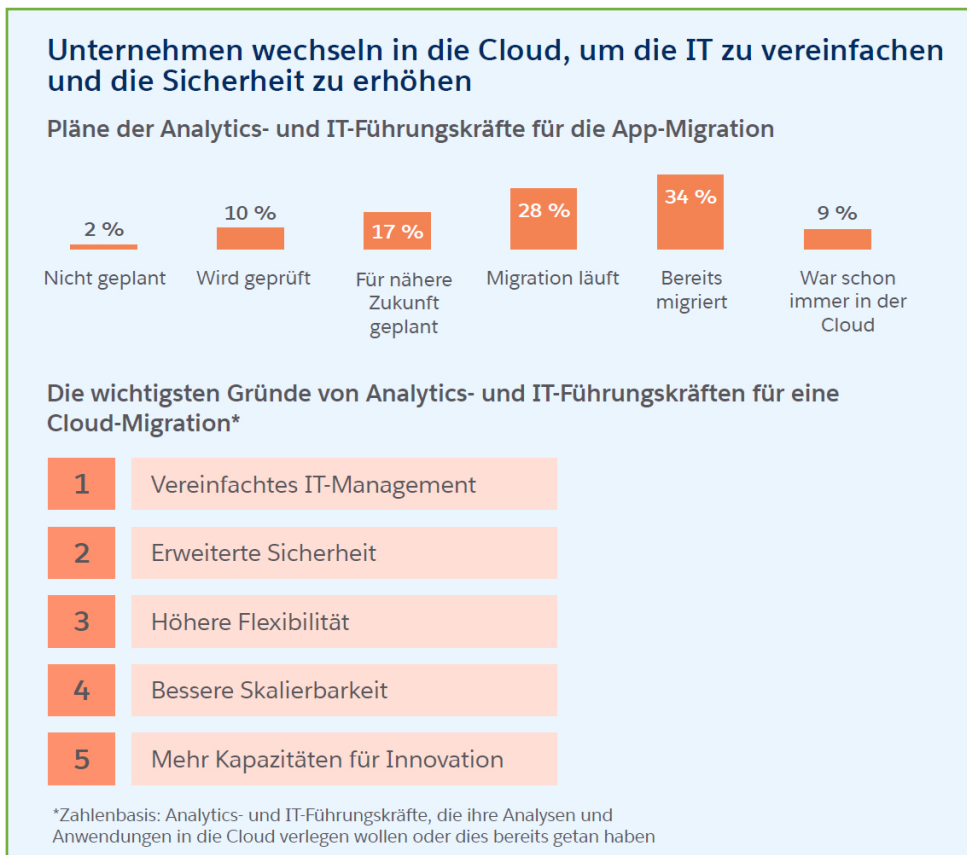
Was ist Künstliche Intelligenz?

lytik- und IT-Führungskräfte eine Datenverwaltung ein, um die Datenqualität zu gewährleisten und zu zertifizieren.

Unter Datenverwaltung, auch Data Governance genannt, fallen Richtlinien oder Regeln, nach denen Informationen gesammelt, gespeichert, verwaltet, gemessen und kommuniziert werden. Um die Vielzahl an Daten zu speichern, eignen sich Cloud-Services. Fast 75 Prozent der Analytik- und IT-Fachkräfte in Unternehmen haben bereits damit begonnen, ihre Daten in Clouds zu überführen, und profitieren von einer Vereinfachung des IT-Managements, einer Verbesserung der Sicherheit und einer verstärkten Flexibilität.

Das auf Datenvisualisierung und Reporting spezialisierte Software-Unternehmen Tableau empfiehlt, eine „Single Source of Truth“ zu erstellen. Das heißt, die Daten aus allen Bereichen eines Unternehmens – wie Marketing, Sales, Service oder Verkauf – befinden sich an einem Ort. Liegen die Daten bereinigt, aufbereitet und sicher verwaltet vor, kann die eigentliche Datenanalyse beginnen.

Franziska Riesinger, Tobias Bunk



Auch bei der Nutzung von KI spielt die Cloud ihre Stärken aus. (Bild: Salesforce „State of Data and Analytics“)



Fundierte Entscheidungen fallen ohne Data-Analytics-Kenntnisse

Künstliche Intelligenz kann Mitarbeitenden in Unternehmen helfen, Entscheidungen schneller und besser zu treffen. Denn die KI vereint verschiedene Methoden zur Datenanalyse für alle Beschäftigten an einem Ort – eine einfache Frage genügt und die KI macht Vorschläge.

Täglich fallen in Unternehmen große Datenmengen an. Die Flut an Daten führt dazu, dass sich 85 Prozent der Angestellten und Führungskräfte in Unternehmen mit Entscheidungen schwer tun. Das ergab die im Januar 2023 durchgeführte Studie „The Decision Dilemma“ von Oracle und dem Autor Seth Stephens-Davidowitz, für die 500 Führungskräfte und 500 Beschäftigte in deutschen Unternehmen befragt wurden. Künstliche Intelligenz kann dabei unterstützen, schneller Erkenntnisse aus Daten zu gewinnen. Denn die KI kann Wissen aus vielen einzelnen Bereichen vereinen, die Daten statistisch analysieren und einfach aufbereiten. Aktuell sind laut genannter Studie fast 80 Prozent der Führungskräfte nicht mit den Dashboards und Diagrammen zufrieden, auf deren Basis sie Entscheidungen treffen sollen. Der Grund: Die Diagramme stehen nicht immer im direkten Zusammenhang mit den zu treffenden Entscheidungen. Ferner denken 73 Prozent der Entscheidungsträger in Unternehmen, dass nur IT-Experten und Datenwissenschaftler wirklich etwas mit den Daten anfangen können.

KI erleichtert das Treffen von Entscheidungen

Generell umfasst die Data Analytics vier Methoden, die in der Künstlichen Intelligenz vereint werden: Descriptive Analytics, Diagnostic Analytics, Predictive Analytics und Prescriptive Analytics.

- Descriptive Analytics befasst sich damit, was in der Vergangenheit passiert ist. Dafür werden vergangene und aktuelle Daten analysiert, um den neuesten Stand abzubilden.
- Einen Schritt weiter geht Diagnostic Analytics. Hier wird versucht zu ergründen: „Warum passiert das gerade?“
- Predictive Analytics wirft einen Blick in die Zukunft und erstellt Prognosen.
- Schließlich setzt sich Prescriptive Analytics damit auseinander, was getan werden muss, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen.

Eine KI, die mit den entsprechenden Daten eingespeist wurde, kann alle vier Methoden der Data Analytics ausführen und auch für Personen, die keine IT-Experten sind, verständlich aufbereiten. Für Angestellte und Führungskräfte bringt der Einsatz von KI in der

KI weiß mehr, als du denkst

Datenanalyse deshalb enorme Vorteile. Anstatt in einer Tabelle nach den entsprechenden Zahlen zu suchen oder komplexe Berechnungen durchzuführen, können einer KI einfach Fragen gestellt werden, beispielsweise „Was sind die Umsatzzahlen aus dem letzten Quartal?“ oder „Wie entwickeln sich die Umsatzzahlen voraussichtlich für das nächste Quartal?“. Die KI gibt darauf sofort eine Antwort, für deren Verständnis keine besonderen Kenntnisse in der Datenanalyse nötig sind. Ebenso können Beschäftigte die KI fragen: „Was muss ich machen, um die Umsatzzahlen im nächsten Quartal zu steigern?“ Darauf bekommen die Mitarbeiter konkrete Handlungsschritte vorgeschlagen und können somit viel einfacher Entscheidungen treffen.

Fast 70 Prozent der Befragten gaben in der Studie „The Decision Dilemma“ an, schon einmal eine Entscheidung ver-

mieden zu haben, weil sie von der Datenmenge überwältigt waren. Mit den richtigen Daten und Erkenntnissen, denken Manager, dass sie bessere Beschlüsse in den Bereichen Personal (95 Prozent), Finanzen (95 Prozent), Lieferkette (95 Prozent) und Customer Experience (93 Prozent) treffen würden, wie ebenso aus der Studie hervorgeht. Zusätzlich entlastet der Einsatz von KI die Datenspezialisten in den Unternehmen, welche sich dann wichtigeren Aufgaben widmen können.

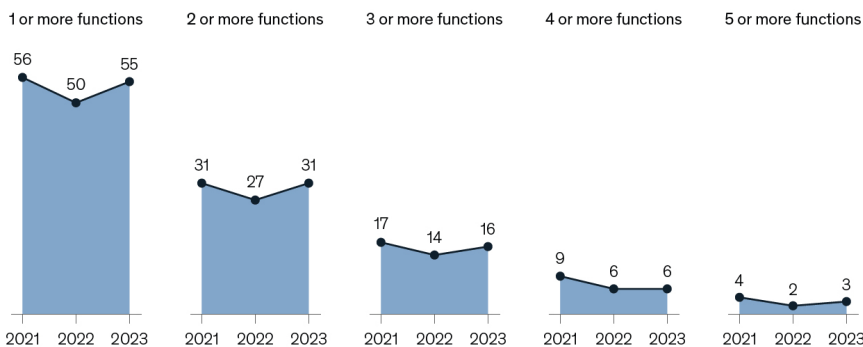
Allerdings sind Unternehmen bei der Integration von KI noch zögerlich. In der Studie „The state of AI in 2023“ von McKinsey gaben weniger als ein Drittel der Befragten an, dass ihr Unternehmen KI in mehr als einer Funktion einsetzt. Damit hat sich der Anteil gegenüber 2021 nicht signifikant verändert.

Einsatz von KI in Unternehmen zahlt sich aus

Künstliche Intelligenz kann in Unternehmen an vielen Stellen eingesetzt werden. Die McKinsey-Studie „The state of AI in 2021“ ergab, dass KI in Unternehmen am häufigsten im Dienstleistungsbereich, in der Produkt- und Dienstleistungsentwicklung sowie im Marketing und Vertrieb verwendet wird. Im Bereich Marketing und Sales setzen Unternehmen KI vor allem zur Analyse des Kundenservices und zur

Less than one-third of respondents say their organizations use AI in more than one function—a share largely unchanged since 2021.

Number of business functions at respondents' organizations that have adopted AI, % of respondents¹



¹In 2021, n = 1,843; in 2022, n = 1,492; in 2023, n = 1,684.

Source: McKinsey Global Survey on AI, 1,684 participants at all levels of the organization, April 11–21, 2023

McKinsey & Company

Unternehmen sind bei der Integration von KI noch zögerlich. Weniger als ein Drittel der Befragten einer McKinsey-Studie gaben an, dass ihr Unternehmen KI in mehr als einer Funktion einsetzt. (Bild: McKinsey)

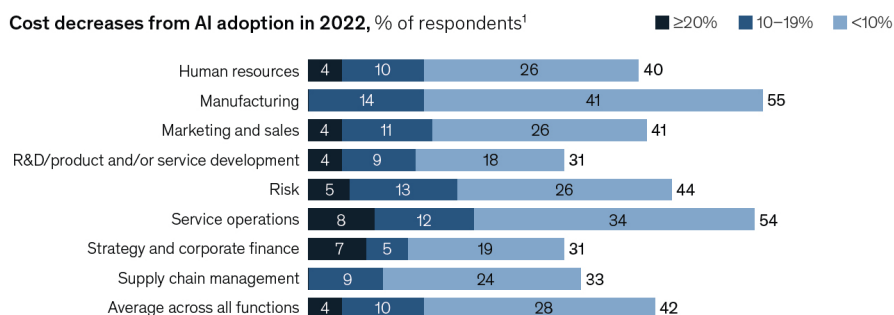
KI weiß mehr, als du denkst

Kundensegmentierung ein. Die Kundensegmentierung ermöglicht es der KI, maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen zu generieren. Außerdem kann die Künstliche Intelligenz Kundendaten verwenden, um für einzelne Kunden oder Kundengruppen individuelle und relevante Angebote zu erstellen. Das erhöht die Kundenzufriedenheit und verbessert Verkaufsabschlüsse.

Im Vertrieb kann die KI Routineaufgaben übernehmen – wie E-Mails verschicken, Kundenfragen beantworten oder Angebote erstellen. Im Bereich der Risikobewertung wird Künstliche Intelligenz zur Risikomodellierung und -analytik sowie zur Analyse von Betrug und Schulden eingesetzt. Ebenso wird KI zur Optimierung von Logistiknetzwerken, in der Produktentwicklung oder im Bereich Human Resources verwendet.

Die Einführung von Künstlicher Intelligenz mag zunächst als teure Investition erscheinen. Sie zahlt sich jedoch aus. In der McKinsey-Studie „The state of AI in 2023“ wurden Unternehmen befragt, ob die Einführung von KI zu einer Kostensenkung und Umsatzsteigerung geführt hat. 11 Prozent der Unternehmen, die KI im Bereich Marketing und Sales nutzen, gaben an, dass die Adaption von KI zu einer Senkung der Kosten um 10 bis 19 Prozent geführt hat. Vier Prozent der Unternehmen sparten dadurch sogar mehr als 20 Prozent der Kosten ein. Eine Umsatzsteigerung von mindestens sechs Prozent durch die Verwendung von KI im Marketing und Sales stellten 27 Prozent der Unternehmen fest. Im Durchschnitt hatten 14 Prozent der Unternehmen durch die Adaption von Künstlicher Intelligenz einen Kostenrückgang von mindestens zehn Prozent erreicht.

Organizations continue to see benefits from AI adoption in the functions using AI capabilities.



¹Question was asked only of respondents who said their organizations have adopted AI in a given function. Respondents who said "cost increase," "no change," "not applicable," or "don't know" are not shown.

²Source: McKinsey Global Survey on AI, 1,684 participants at all levels of the organization, April 11–21, 2023

McKinsey & Company

Auch im Umsatz macht sich der Einsatz von KI bemerkbar. Im Durchschnitt gelang etwa einem Viertel der Unternehmen eine Steigerung von mindestens sechs Prozent. Die Implementierung von KI erleichtert den Beschäftigten somit die tägliche Arbeit und ist für Unternehmen eine Investition in die Zukunft.

Franziska Riesinger

Die Einführung von Künstlicher Intelligenz mag als teure Investition erscheinen. In der McKinsey-Studie „The state of AI in 2023“ gaben 11 Prozent der Unternehmen an, die KI im Bereich Marketing und Sales nutzen, dass die Adaption von KI zu einer Senkung der Kosten um 10 bis 19 Prozent geführt hat. (Bild: McKinsey)



So wird Künstliche Intelligenz angewandt

Nur zwölf Prozent der Unternehmen in Deutschland verwenden schon KI-Funktionen. Beispiele aus der Praxis zeigen, wie Künstliche Intelligenz Kosten einspart und den Arbeitsalltag verbessert.

Im Jahr 2023 verwendete nur jedes achte Unternehmen in Deutschland Künstliche Intelligenz, wie aus der jährlichen Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in Unternehmen des Statistischen Bundesamtes hervorgeht. Vorreiter sind große Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten, hier nutzt jedes dritte Unternehmen (35 Prozent) KI. Bei den mittleren Unternehmen (50 bis 250 Beschäftigte) sind es nur 16 Prozent und bei kleinen Unternehmen (10 bis 49 Beschäftigte) nur 10 Prozent, die KI-Technologien einsetzen.

Der Nichtgebrauch von KI ist vor allem auf fehlendes Wissen (72 Prozent) und

eine Inkompatibilität mit dem Bestand an Geräten, Software und Systemen (54 Prozent) zurückzuführen. Aber auch Schwierigkeiten mit der Verfügbarkeit und Qualität der Daten (53 Prozent), Unklarheit über die rechtlichen Folgen (51 Prozent) und Bedenken hinsichtlich der Wahrung des Datenschutzes und der Privatsphäre (48 Prozent) halten die Unternehmen davon ab, Künstliche Intelligenz zu integrieren. Dabei eröffnet der Einsatz von KI Unternehmen viele Möglichkeiten, Prozesse effizienter und kostengünstiger zu gestalten. Doch wie wird KI in den Unternehmen konkret angewandt? Das zeigen die folgenden Beispiele aus dem breiten Einsatzgebiet von KI in der Datenanalyse.



Zeitersparnis durch KI

Für eine europäische Fluggesellschaft hat der Einsatz von KI eine immense Zeitersparnis gebracht. Die Daten können jetzt um 30 Prozent schneller aufbereitet werden. Zuvor musste jede neu entwickelte Analyse bei der IT-Abteilung beantragt werden. Die IT-Fachkräfte konnten das hohe Arbeitsaufkommen kaum bewältigen, was zu einem stetig wachsenden Rückstau führte. Zudem war der individuelle Aufwand für die

Beispiele aus der Praxis

Datenaufbereitung sehr hoch, sodass vergleichsweise wenig Zeit für die eigentliche Informationsanalyse blieb. Das Verhältnis zwischen Datenaufbereitung und Analyse bzw. Interpretation der Ergebnisse lag bei etwa 80:20. Durch die Verwendung von KI reduzierte sich das Verhältnis auf 60:40.

Darüber hinaus wurden für den Einsatz von KI konzernweit einheitliche Standards und Key Performance Indicators eingeführt. Dadurch sprechen nun alle Beschäftigten über die gleichen Daten, die auf der gleichen „Single Source of Truth“ basieren. Das hat die Zusammenarbeit über verschiedene Abteilungen deutlich verbessert und in dem Konzern etablierte sich eine faktenbasierte Entscheidungskultur.

KI zur Optimierung von Ressourcen

Die humanitäre Hilfsorganisation „The United Nations World Food Programme“ (WFP) ist in mehr als 120 Ländern weltweit aktiv und beschafft Nahrungsmittel in Notsituationen. Die Organisation setzt Künstliche Intelligenz ein, um Da-

ten zu analysieren und zu visualisieren. So konnte WFP bis 2020 mehr als 138 Millionen US-Dollar einsparen. Unter anderem verwenden nun alle Beschäftigten dieselbe Quelle für Standortdaten, wodurch die Lebensmittel genauer und produktiver gesammelt und ausgeliefert werden können.

Das eingesparte Geld konnte die Organisation dann zur Unterstützung von Menschen auf der ganzen Welt einsetzen. Das war nur möglich, weil WFP durch die Künstliche Intelligenz über die entsprechenden Analysen verfügte und das Personal die Ergebnisse nutzte, um zielgerichtete, wirkungsvolle Lösungen zu entwickeln. Auf Basis der bereitgestellten Daten können die Beschäftigten viel bessere Entscheidungen treffen – beispielsweise, welche Ressourcen sie organisieren müssen. Durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz konnte die Organisation genügend Geld einsparen, um ein ganzes Jahr lang zwei Millionen Menschen zusätzlich zu ernähren.

Mit KI wird die Datenanalyse für jedermann möglich

Ein Luxuswagenhersteller nutzt Künstliche Intelligenz, um außergewöhnliche Kundenerlebnisse zu schaffen. Das Unternehmen verknüpfte alle Kundendatenquellen und erhielt durch die Analyse der KI eine umfangreiche Charakterisierung jedes Kundenkontakts – sei es der Besuch der Webseite, die Nutzung der mobilen App, der Besuch eines Händlers oder die Teilnahme an einer Veranstaltung. So kann nun für jeden Kunden bei der Vorbereitung eines Händlertermins ein personalisiertes Erlebnis geschaffen



Bild: Deep Ai Generation/AdobeStock

Beispiele aus der Praxis

werden. Auch hilft die Auswertung der Daten dem Unternehmen dabei, Kundentrends frühzeitig zu erkennen und regionale Abweichungen festzustellen. So können Vertriebs- und Marketingaktivitäten genauer abgestimmt werden.

Durch den Einsatz von KI kann das Unternehmen außerdem viel mehr von der Kreativität und Fachkenntnis seiner Beschäftigten profitieren. Denn die Einführung von KI hat dazu geführt, dass sich über 50 Prozent der Büroangestellten inzwischen selbst um ihre Analyseanforderungen kümmern. Die KI ermöglicht auch Personen, die keine Datenspezialisten sind, Datenanalysen einfach umzusetzen. Die KI ist leicht zu bedienen. In einem Dashboard werden alle Daten übersichtlich visualisiert. Verändert sich ein Wert, wird dieser farblich markiert und kann weiter untersucht werden. Das bietet für Unternehmen enorme Vorteile, da die Mitarbeitenden der einzelnen Abteilungen selbst am besten wissen, welche Daten für sie interessant sind oder interessant sein könnten. So wird die Expertise der Beschäftigten mit der Fähigkeit der KI kombiniert, relevante Daten schnell und präzise aufzubereiten. Dadurch kann das Unternehmen seine Ziele schneller erreichen und sich besser auf die sich ständig verändernden Marktbedingungen einstellen.

Welches Potenzial selbst kleine Veränderungen haben, veranschaulicht der Autor James Clear in seinem Buch „Atomic Habits“. Eine tägliche Verbesserung um 1 Prozent führt im Jahr insgesamt zu einer Optimierung um 3.778

Prozent, also 37–38-mal besser. Selbst wenn ein Unternehmen KI zunächst nur in einem Bereich einführt, kann dies große Auswirkungen auf seine Performance haben.

Die Beispiele zeigen, wie KI in der Praxis angewandt wird. Damit ein Unternehmen jedoch erfolgreich Künstliche Intelligenz in das „Daily Business“ integrieren kann, sind einige Dinge zu beachten. Zum einen müssen die Systeme im Unternehmen darauf ausgelegt sein, die KI sinnvoll zu integrieren. Ebenso ist es wichtig, die Daten entsprechend aufzubereiten, damit die Künstliche Intelligenz mit ihnen arbeiten kann. Zum anderen ist es unerlässlich, dass die Beschäftigten die KI akzeptieren. Sie soll dazu dienen, ihnen den Arbeitsalltag zu erleichtern, und nicht die Mitarbeitenden ersetzen. Damit Unternehmen auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben, ist eine Investition in Künstliche Intelligenz sinnvoll.

Franziska Riesinger



Data Analytics und KI: eine effiziente Partnerschaft

Die Fusion von Data Analytics und Künstlicher Intelligenz (KI) hat zweifellos die Spielregeln im Unternehmensumfeld verändert. Die Einführung von KI hat nicht nur zu einem neuen Maß an Intelligenz in der Datenanalyse geführt, sondern auch die Automatisierung auf ein neues Niveau gehoben. Diese Partnerschaft ermöglicht es Unternehmen, komplexe Datenmuster zu durchdringen und fundiertere Entscheidungen zu treffen.

Ein herausragendes Merkmal dieser Entwicklung ist die Demokratisierung der Daten, die durch KI erleichtert und beschleunigt wird. Dieser Prozess, als Datendemokratisierung bekannt, zielt darauf ab, Daten und Analysetools innerhalb einer Organisation allen Mitarbeitenden zugänglich zu machen. Das ultimative Ziel ist es, dass alle – unabhängig von ihren technischen Fähigkeiten – eigenständig auf relevante Daten zugreifen, diese analysieren und nutzen können.

Ein beispielhaftes Szenario verdeutlicht den praktischen Nutzen dieser Demokratisierung: Ein E-Commerce-Unternehmen nutzt KI, um umfassende Daten aus verschiedenen Quellen zu analysieren. Dies reicht von Verkaufszahlen über Kundenfeedback bis zu Lagerbeständen, die dann in leicht verständliche Berichte übersetzt werden. Durch benutzerfreundliche KI-Tools haben

nun alle Mitarbeitenden Zugang zu diesen Analysen. Dies ermöglicht es ihnen, eigenständig Muster zu erkennen, wie beispielsweise Nachfragezeiten für bestimmte Produkte. Diese demokratische Datenverfügbarkeit führt zu einer effizienteren Lagerbestandskontrolle, zielgerichteten Marketingstrategien und einer insgesamt gesteigerten Effizienz des Unternehmens.

Tableau Pulse, als innovatives Datenenerlebnis für Geschäftsanwender:innen, setzt auf generative KI-Funktionen, die intelligente, personalisierte und kontextbezogene Erkenntnisse bieten. Diese bahnbrechenden KI-Funktionen ermöglichen automatisierte Analysen in einfacher Sprache und proaktiv antizipierte Benutzerfragen. Tableau Pulse verändert die Art und Weise, wie Menschen mit Daten interagieren, und fördert datengesteuertes Handeln in Organisationen.

Unsere aktuelle Studie „State of Data and Analytics Reports“ hebt die fünf wichtigsten Vorteile von KI für Analytics- und IT-Führungskräfte hervor (siehe Grafik).

Die fünf wichtigsten Prioritäten von Analytics- und IT-Führungskräften

Die wichtigsten Vorteile von KI für Analytics- und IT-Führungskräfte
Geordnet nach „bedeutendem“ Vorteil

- 1 Schnellere geschäftliche Entscheidungen
- 2 Betriebliche Effizienz
- 3 Mehr Zeit für wertvolle Aufgaben
- 4 Automatisierte Workflows
- 5 Verbesserte Kundenzufriedenheit

Grundlage: Analytics- und IT-Führungskräfte, die künstliche Intelligenz verwenden

Diese Vorteile werden durch drei konkrete Anwendungsfälle verdeutlicht:

Anwendungsfall 1: Vorhersage von Kundenverhalten

KI analysiert automatisch Kundeninteraktionsdaten, um Muster im Kundenverhalten zu identifizieren. Diese Erkenntnisse ermöglichen personalisierte Produktempfehlungen und die Vorhersage zukünftiger Kaufentscheidungen.

Anwendungsfall 2: Visualisierung & Interpretation von Daten

KI transformiert die Art und Weise, wie Daten visualisiert werden. Sie schafft nicht nur leicht verständliche Darstellungen, sondern analysiert und interpretiert die Daten automatisch, was zu einem tiefgreifenden Verständnis führt.

Anwendungsfall 3: Vereinfachung des Analytics Flow

KI-Systeme vereinfachen alle Schritte im Analytics Flow, von der Datenformierung bis zur automatischen Segmentierung. Generative KI-Copilot Lösungen agieren dabei als fortschrittliche Chatbots, die kontextbezogene Unterstützung direkt in der Anwendung bieten.

In 7 Schritten zur effektiven KI-Datenstrategie

Eine effektive KI-Strategie schafft die Basis für ein gemeinsames Verständnis von Vision, Zweck und Zielen in Ihrem Unternehmen und ermöglicht es den Teams, datengetrieben und mit klar definierten, messbaren Zielen und KPIs effizient zusammenzuarbeiten. Daten bilden auch hier die Grundlage für die Strategie:

- 1. Bereiten Sie Ihre Daten vor:** Bewerten Sie die Qualität, Quantität und Zugänglichkeit der Daten und ermitteln Sie Lücken.
- 2. Definieren Sie Geschäftsziele:** Bestimmen Sie, wo KI den größten Nutzen bringen kann, und legen Sie KPIs fest.
- 3. Legen Sie Anwendungsfälle fest und priorisieren diese:** Schaffen Sie ein Gleichgewicht zwischen kurz- und langfristigen Projekten.
- 4. Legen Sie Richtlinien für die Datenverwaltung fest:** Thematisieren Sie Datenschutz, Sicherheit, Einhaltung von Vorschriften, ethische Nutzung und Verringerung von Verzerrungen der Daten (z. B. aufgrund einer ungleichen Stichprobenauswahl).

- 5. Überprüfen Sie Ihren Technologiebestand:** Identifizieren Sie Lücken bei Tools, Plattformen und Ressourcen. Berücksichtigen Sie Skalierbarkeit, Integration und Einfachheit der Bereitstellung.
- 6. Legen Sie Wert auf kontinuierliche Verbesserung:** Fordern Sie Feedback von Stakeholdern an, stellen Sie sicher, dass Sie die richtigen Personen im Team haben, und nutzen Sie Daten als Entscheidungsgrundlage.
- 7. Fangen Sie klein an:** Um potenzielle kostspielige Fallstricke zu vermeiden, sollten Sie mit einem risikoarmen Pilotprojekt beginnen.

In unserem Guide „[Get ready for AI: What data leaders need to know](#)“ erfahren Sie, wie Ihr Unternehmen sich für den Erfolg



in dem KI-getriebenen Wirtschaftsumfeld positionieren kann. Der Leitfaden bietet Einblicke in die Identifizierung KI-geeigneter Projekte, die Erstellung funktionierender Strategien, die Prinzipien der KI-Governance und den Aufbau eines erfolgreichen Teams.

[Jetzt Guide herunterladen](#) und den ersten Schritt in Richtung einer durch KI geprägten Zukunft setzen!

Weiterführende Informationen und Kontakt

Über Tableau, ein Salesforce-Unternehmen:

Wir bei Tableau helfen Menschen dabei, Daten zu sehen und zu verstehen. Als die weltweit führende Analyseplattform bietet Tableau Analytics mit leistungsstarker KI, Datenmanagement und Kollaboration. Kunden auf der ganzen Welt, von Einzelpersonen bis hin zu Unternehmen jeder Größe, nutzen unsere fortschrittlichen Lösungen gerne, um aussagekräftige, datengesteuerte Entscheidungen zu treffen. Dabei hilft Tableau Nutzern, ihre Daten sichtbar und einfach verständlich zu machen. Denn mit unserer visuellen, KI-gestützten Analyseplattform erhalten Benutzer völlig neue Möglichkeiten, Daten zur Problemlösung einzusetzen. Dadurch sorgt Tableau von Salesforce für bessere Geschäftsergebnisse und intelligente Kundenerlebnisse. Überall und für alle.

Erfahren Sie mehr auf: www.tableau.com/de-de

Über Salesforce:

Salesforce ist die Customer Company und inspiriert Unternehmen seit 1999 mit zukunftsweisenden Technologien, um ihre Kund:innen in den Mittelpunkt zu stellen und selbst zur Customer Company zu werden. Mit der Kombination aus KI + Daten + CRM + Vertrauen umfasst Salesforce Customer 360 ein komplettes Portfolio aus Technologien und Services, mit denen sich Unternehmen auf völlig neue Weise mit ihren Kund:innen vernetzen können. Customer 360 bringt alle Teams auf einer Plattform zusammen mit einer gesamtheitlichen Sicht auf sämtliche Kundendaten. Geleitet von Werten wie Vertrauen, Kundenerfolg, Innovation, Chancengleichheit und Nachhaltigkeit ist Salesforce mehr als ein Unternehmen – es ist eine Plattform für Veränderung.

Besuchen Sie uns auf: www.salesforce.com/de

Ihr Kontakt: Christian Schütz, Director Marketing, cschuetz@salesforce.com, +49 1734238155