KI ist Chefsache

Wir leben im Zeitalter der Digitalisierung und deren aktuell bedeutsamste Ausprägung ist Künstliche Intelligenz. KI prägt nicht nur unser Lebensumfeld – sie sortiert für uns, was wir lesen, was wir streamen, wie wir reisen und steuert nebenbei unseren Fitnessplan -, sie hat vor allem massive Auswirkungen im wirtschaftlichen Sektor. Derzeit stehen die KI-Sprachmodelle im Fokus, sie überraschen uns mit ihrer Natürlichkeit und Anpassungsfähigkeit, ihrer stilistischen Raffinesse und mit ihrer (simulierten) Kompetenz. KI-generierte Texte liefern, gut trainiert mit einschlägigem Material aus den Firmenarchiven, nützliche Entwürfe für Geschäftsbriefe, Werbekampagnen und Behördenschriftwechsel. Effizienzgewinne von 20 % und mehr stehen hier zu erwarten; darauf reagieren bereits die Personalabteilungen der großen US-Datenindustrie und sagen ganze Bewerberrunden ab, selbst Großkanzleien streichen ihre Nachwuchsstellen massiv zusammen, weil die arrivierten Fachkräfte auf Basis von KI-Entwürfen gut und zügig weiterarbeiten können. Das hat eindeutige Auswirkungen auf die Marktlage: Solche Effizienzvorteile kann sich im Wettbewerb kein Unternehmen entgehen lassen, ein Konkurrent mit einem Kostenvorsprung in dieser Größenordnung ist kaum mehr einzuholen.

Umso erstaunlicher, dass KI in vielen deutschen Unternehmen nach wie vor nicht „Chefsache" ist, sondern den Mitarbeitenden auf „freiwilliger Basis" lediglich nahegelegt wird: „Probiert doch einmal KI aus, wenn ihr den nächsten Geschäftsbrief entwerft" oder „Präsentationen sollen mit KI ja wesentlich besser aussehen!", heißt es dort. Als ehemaliger Leiter einer staatlichen Behörde und Digitalisierungsberater deutscher Konzerne erstaunt es mich immer wieder, wie unbedarft man derzeit mit diesem absolut relevanten Thema umgeht. KI ist nämlich weit mehr als eine Modeerscheinung oder ein Marketinghype, sie entscheidet maßgeblich über den künftigen Erfolg am Markt und bietet umfassendes Verbesserungspotenzial – das ist nichts, was man mal eben zum Probieren auf individueller Basis freigibt.
Denn damit versäumt das Unternehmen nicht nur die Chance, die jetzt möglichen Innovationsgewinne systematisch für sich zu erschließen, man eröffnet damit zugleich erhebliche Risikofelder:
Ohne klare Vorgabe und Anleitung werden Beschäftigte „kostenlose" KI-Angebote (mit unklarem Geschäftsmodell) nutzen und dabei nicht nur Kunden-, Beschäftigten- und Partnerdaten einsetzen, die datenschutzrechtlich geschützt sind, sie werden auch Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse dem KI-Anbieter offenbaren, der diese dankend entgegennimmt und postwendend nach eigenem Gusto verwertet. Im Worst Case landen dann Firmendaten als Trainingsmaterial beim KI-Entwickler – und sind für die eigene wirtschaftliche Nutzung verloren.

Deswegen ist KI Chefsache. Sie ist (Pardon!) zu wichtig, um sie dem zufälligen Probierspiel der Beschäftigten zu überlassen. Zu einer KI-Strategie der Geschäftsleitung gehört nicht nur eine Planung, auf welchen Geschäftsfeldern KI den höchsten Nutzen verspricht, sondern auch eine Orientierung, in welchem rechtlichen Rahmen wir uns in der EU in Sachen KI (KI-Verordnung der EU von 2024,



© LfDI BW

Datenschutz-Grundverordnung der EU von 2016) bewegen. Und natürlich müssen die Mitarbeitenden nicht nur durch Anweisungen orientiert und angeleitet werden, sie benötigen auch Fortbildung und Feedback. Das kann in manchen, besonders sensiblen Bereichen bedeuten, dass die Nutzung von KI kategorisch untersagt wird. In den meisten Feldern wird sich die regulierte Nutzung von KI aber als sinnvoll und nützlich erweisen, soweit sie auf Grundlage einer klar kommunizierten Strategie erfolgt und ein „human in the loop" ein wachsames Auge auf die Vorschläge der KI hat. Chefsache eben.

Dr. Stefan Brink
Gründer und Geschäftsführender Direktor wida/Berlin; ehem. Landesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg