



KI IN DER PRAXIS

Wie Unternehmen Künstliche Intelligenz einsetzen

Wo aus KI-Strategie konkrete Praxis wird

Dieses Whitepaper basiert auf Interviews mit Expertinnen und Experten aus den unten aufgeführten Unternehmen im Rahmen des **ServiceWare Forums** in Wiesbaden.

Es vereint reale Anwendungsfälle, Erkenntnisse und Herausforderungen aus der Umsetzung von KI in Unternehmen.

Wir danken unseren Kundinnen und Kunden für ihre Unterstützung:



Inhalt

| | |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| Einsatzbereiche von KI in Unternehmen | 5 |
| Welche Ziele Unternehmen mit dem KI-Einsatz verfolgen | 8 |
| Welche Herausforderungen der KI-Einsatz mit sich bringt | 9 |
| Wie Unternehmen ihre Mitarbeitenden befähigen | 11 |
| Wie KI Fachabteilungen und Rollen verändert | 13 |
| Fazit und Ausblick | 15 |

Editorial

Laut einer **Studie** des Bitkom sehen sich zwei Drittel (64 Prozent) als Nachzügler bei KI, ein Fünftel (22 Prozent) glaubt sogar, den Anschluss verpasst zu haben. Hier können und wollen wir als Serviceware helfen. Mit unserem KI-Kompetenzzentrum haben wir die Potenziale von KI für Serviceprozesse bereits seit 2019 frühzeitig erschlossen. Unser Ziel: Neue, effizientere und effektivere Abläufe im Service für unsere Kunden noch einfacher umsetzbar zu machen. Die Technologie dazu stellt unsere KI-native-Plattform bereit – eine der ersten ihrer Art im Markt. Damit ist Serviceware technologisch ein Vorreiter der KI-Revolution.

Doch die KI-Transformation der Serviceprozesse ist nicht nur eine Frage der Technik. Viele weitere Aspekte gilt es zu klären: Was geht bereits mit KI in Unternehmen? Welche Hürden sind zu nehmen? Und wie gehen Unternehmen den Change erfolgreich an?

Mit Teilnehmenden des Serviceware Kundenforums 2025 haben wir einen intensiven Dialog zu diesen Fragen geführt. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Antworten lesen Sie

in diesem Whitepaper. Neben Einblicken in die Erfahrungen anderer Unternehmen erhalten Sie so Tipps und Anregungen aus der Praxis für Ihren eigenen Umgang mit KI.

Ich bedanke mich an dieser Stelle bei unseren Kundinnen und Kunden AGRAVIS Raiffeisen AG, gkk DialogGroup, METRO digital, Mosca GmbH, Ontrex, SHD Einzelhandelssoftware GmbH, Stadtwerke Bonn, Weleda AG sowie valantic für die vielen offenen Gespräche und wünsche Ihnen eine anregende, erkenntnisreiche Lektüre.



Dirk Martin
CEO Serviceware



„Wir können wirklich sagen, KI ist im Arbeitsalltag angekommen.“

Esther Delp

gkk DialogGroup

Einsatzbereiche von KI in Unternehmen

In zahlreichen Unternehmen ist der Einsatz von Künstlicher Intelligenz heute bereits gelebte Praxis und erleichtert die Arbeit in den verschiedensten Bereichen. Die gkk DialogGroup nutzt KI unternehmensweit etwa im Wissensmanagement. Darüber hinaus setzen die Kommunikationsspezialisten beispielsweise auf die KI-Funktionalität von Salesforce, um Automotive-Unternehmen bei deren Kundenbeziehungsmanagement zu unterstützen.

Esther Delp, Senior Wissensmanagerin bei gkk DialogGroup, fasst zusammen: „KI wird bei uns überall eingesetzt – mal mehr, mal weniger stark. Aber wir können wirklich sagen, KI ist im Arbeitsalltag angekommen.“

KI ist allgegenwärtig

Auch Romana Pflieger, Generative AI & Knowledge Engineer bei Weleda AG, sagt: „Wir setzen KI bereits in sehr vielen Bereichen ein.“ Weleda stellt ihren Mitarbeitenden KI für die Nutzung bei der täglichen Arbeit zur Verfügung – sowohl Chatbots für die Informationsbeschaffung als auch Funktionen für das Bearbeiten von Dokumenten. Darüber hinaus kommen spezielle KI-Anwendungen in Forschung und Entwicklung, in der Ticketbearbeitung der IT-Abteilung und für kreative Aufgaben im Marketing zum Einsatz. So etwa bei der Texterstellung, Bildgenerierung oder der Anfertigung von Entwürfen. Außerdem dient KI bei Weleda der Analyse von Finanz- und Nachhaltigkeitsdaten sowie für Forecasting-Prozesse.

Von Alltagsaufgaben bis zur Ideenentwicklung

Das Beratungsunternehmen valantic nutzt KI ebenfalls in nahezu allen Fachbereichen für die unterschiedlichsten Aufgaben – vom Verfassen von E-Mails in der Buchhaltung über die Ideenfindung in der Workshopvorbereitung bis zum Grafikdesign beim Erstellen von Präsentationen. Thomas Lang, Geschäftsführender Partner der valantic Management Consulting und Partner der valantic GmbH: „Ich würde fragen: In welcher Abteilung setzen wir KI nicht ein? Und dann müssten wir fragen, warum das so ist.“

KI als Kundenservice Booster

Der Handelskonzern METRO arbeitet laut Sascha Kleinohl, Financial + Controlling at METRO digital, mit KI bislang vor allem im Supply-Chain- und Service-Umfeld, etwa im Ticket-system und im Accounting des Shared Service Center. Die 2020 gegründete Einheit Metro digital identifiziert allerdings bereits neue Anwendungsfälle, unter anderem in den Bereichen Business Intelligence und Customer Service. Der Kundenservice ist auch bei den Stadtwerken Bonn ein wichtiger Einsatzbereich für KI. Anfragen erfassen, analysieren und gezielt an geeignete Mitarbeitende weiterleiten, sind hier ihre Hauptaufgaben, weiß etwa Kundenservice-Expertin Eveline von der Stein von den Stadtwerken Bonn.

Chatbots für die Kundeninteraktion

Der Agrarhandelskonzern AGRAVIS Raiffeisen AG verwendet Künstliche Intelligenz bereits unternehmensweit. Laut Bernd Berkenharn, AGRAVIS Raiffeisen, kommt sie beispielsweise in Form von Bots für die Kundeninteraktion und im internen Servicedesk zum Einsatz. Die AGRAVIS-IT integriert dazu KI in die verschiedenen Apps und Shops des Genossenschafts-unternehmens. Ähnlich geht Rocco Leone, CTO bei Ontrex, einem Schweizer Serveware-Partner, vor: „Wir nutzen KI – oder Elemente davon – vor allem in unserem Servicedesk, um Kundenanfragen besser oder schneller zu beantworten.“ Über die KI-native Serveware Plattform von Serveware werden wir hier in Zukunft noch einfacher arbeiten. Darüber hinaus unterstützt die KI bei Ontrex die Entwicklung von Softwarepaketen, indem sie Skripte und Code generiert.

Breites Aufgabenspektrum im Mittelstand

Auch der deutsche Mittelstand hat KI bereits für sich entdeckt. So etwa das Traditionsunternehmen Mosca, das Lösungen für Umreifung und Sicherung von Transportgütern herstellt. In der IT-Abteilung bei Mosca übernimmt KI Programmieraufgaben, in der Produktion hilft sie, Rüstzeiten zu optimieren, sagt Lars Siefert, IT Projektkoordinator der Mosca GmbH.



„Wir versuchen in verschiedensten Bereichen, in Shops, in Apps, aber auch in den internen Service Desk Systemen, KI und Bots einzusetzen, um Menschen zu entlasten und den Service weiter zu optimieren.“

Bernd Berkenharn

AGRAVIS Raiffeisen AG

Mehr Zeit für komplexe Aufgaben

Der auf die Möbel- und Küchenbranche spezialisierte IT-Dienstleister SHD Einzelhandelssoftware GmbH verwendet künstliche Intelligenz vor allem im IT-Support. Gemeinsam mit Serviceware führt SHD ein System ein, das E-Mails automatisiert in Service-Tickets umwandelt. Außerdem versorgt der „Solution Assistant“ die Service Agents mit Informationen aus Wissens- und Ticketdatenbanken. Thomas Krahe, Leiter Kundenservice bei SHD freut sich: „Wir als Supporter werden die Zeit und die Luft bekommen, uns um die komplexen Themen zu kümmern, die KI nicht erledigen kann.“

Welche Ziele Unternehmen mit dem KI-Einsatz verfolgen

So sehr sich Art und Umfang des KI-Einsatzes in den Unternehmen im Detail unterscheiden – bei der Zielsetzung sind sich alle einig. So geht es im Kern immer darum, Prozesse zu optimieren und zu beschleunigen, dabei die beteiligten Menschen zu entlasten und die Qualität der Ergebnisse zu sichern. Für alle hier zitierten Serviceware-Kunden gilt, was Esther Delp von gkk DialogGroup so formuliert: „Ziel beim KI-Einsatz ist immer, dass wir menschliche Stärken mit KI-Funktionalität kombinieren, damit wir bestmögliche Ergebnisse für unsere Kunden erzielen.“

Menschen entlasten

Aus dieser übergreifenden Zielsetzung leiten sich viele konkrete Anforderungen an die eingesetzten KI-Lösungen ab. So sollen sie Wissen einfacher zugänglich machen und Mitarbeitende konkret bei alltäglichen Aufgaben, etwa in der Kundenkommunikation, unterstützen. Darüber hinaus will das Team von gkk laut Esther Delp mit KI-Authentifizierungsprozessen unterstützen, Use Cases für Wissensmanagement identifizieren und Wissen klug strukturiert aufbereiten.

Den eigenen Job besser machen

Thomas Lang erwartet, „dass KI uns hilft, in kürzerer Zeit bessere Antworten zu geben oder unseren Job besser zu machen.“ Möglich machen das KI-Tools, indem sie Texte sprachlich optimieren und mit automatisch generierten Bildern die Kreativität der Mitarbeitenden anregen. Dabei steht für Thomas Lang fest, „dass die KI die Mitarbeiter nicht ersetzen wird.“

Um Entlastung und Optimierung geht es auch Bernd Berkenharn von der AGRAVIS Raiffeisen AG: „Wir versuchen in verschiedensten Bereichen, in Shops, in Apps, aber auch in den internen Service Desk Systemen, KI und Bots einzusetzen, um Menschen zu entlasten und den Service weiter zu optimieren“.

Alle vier Beispiele zeigen, dass Unternehmen vor allem ihre eigenen Mitarbeiter mit KI unterstützen wollen; es geht keinesfalls um die Wahl zwischen: entweder Mensch oder KI.



„Kunden müssen das Vertrauen in die Technologie gewinnen – das ist noch nicht überall vorhanden.“

Rocco Leone

Ontrex

Welche Herausforderungen der KI-Einsatz mit sich bringt

Datenschutz und -sicherheit forderten die IT-Abteilungen schon heraus, als sie noch als EDV bezeichnet wurden. Angesichts der gewaltigen Möglichkeiten von KI bekommt das Thema eine neue Dimension – nicht nur durch den AI-Act der Europäischen Union. Die gute Nachricht in diesem Zusammenhang: Die handelnden Personen sind sich dessen bewusst.

Vertrauen gewinnen

Für Lars Siefert, Cybersecurity Spezialist bei Mosca, liegt deshalb eine zentrale Herausforderung darin, transparent zu machen, wo und wie die Daten verarbeitet und dass sie ausschließlich in zulässiger Weise genutzt werden. Schließlich gilt für KI wie für jede technische Innovation: „Kunden müssen das Vertrauen in die Technologie gewinnen – das ist noch nicht überall vorhanden“, sagt Rocco Leone von Ontrex. Tatsächlich waren auch auf dem Serviceware Forum Ängste ein Thema, die Menschen innerhalb und außerhalb von Unternehmen und anderen Organisationen der KI entgegenbringen. Diese Sorgen ernst zu nehmen und sowohl Mitarbeitende als auch Kundinnen und Kunden entsprechend abzuholen, ist deshalb eine anspruchsvolle Aufgabe bei der KI-Einführung.

KI-Integration ist kein Spaziergang

Sascha Kleinohl, Financial + Controlling at METRO digital, stellt fest: „Eine große Herausforderung besteht darin, die Neuerungen mit bestehenden Prozessen zu

kombinieren.“ Dazu gehört auch die Einbindung in die vorhandene IT-Landschaft. Bei AGRAVIS beispielsweise bedeutet das: Integration in die heterogene Systemlandschaft mit über 400 Applikationen. Dabei gleichbleibende Qualität zu liefern, ist kein Spaziergang. Damit das gelingt, kommt es darauf an, die neue Technologie zu verstehen und an die konkreten Bedürfnisse der Unternehmen anzupassen. Hier liegt eine weitere Herausforderung, die aus vielen Einzelaufgaben besteht. Von der Auswahl der am besten geeigneten Tools über die Entscheidung, welche Daten mit welchen Lösungen verarbeitet werden dürfen bis hin zum Kostenmanagement. Thomas Lang, Partner valantic, fragt: „Was bedeutet es für die Kosten, wenn wir zwanzig verschiedene Tools einsetzen?“

Hersteller-Marketing erschwert Lösungsauswahl

Erschwert wird die Lösungsauswahl durch den Marketing-Trend bei manchen Herstellern, KI-Funktionen als Allheilmittel zu preisen. Für Kundenservice-Expertin Eveline von der Stein von den Stadtwerken Bonn beginnt die Herausforderung schon mit der Frage: „Ist KI da drin, wo es draufsteht? Und welche Probleme werden damit tatsächlich gelöst?“ Fragen wie diese sind auch und gerade in Projekten mit Kundenbeteiligung zu beantworten. Schließlich kommt es darauf an, das Vertrauen der Kunden in den KI-Einsatz zu gewinnen und zu rechtfertigen.

Außerdem gilt es zwischen kreativer Begeisterung für die neuen Möglichkeiten der Technologie und den Grenzen des finanziell sinnvoll Machbaren zu vermitteln. Und: „Wie überall ist es immer eine Frage von Kapazitäten – wer bringt KI im Arbeitsalltag auch wirklich voran“, sagt Wissensmanagerin Esther Delp.

Datenmanagement braucht neue Prozesse

Eine weitere Herausforderung, die für IT-Abteilungen nicht neu ist, die jedoch durch KI eine neue Dimension bekommt, ist das Datenmanagement. Romana Pflieger, Generative AI & Knowledge Engineer bei Weleda AG, sagt: „KI ist immer nur so gut wie die Daten, auf denen sie basiert – und diese müssen zunächst bereinigt werden.“ Angesichts der ständig wachsenden Datenmengen und der besonderen Compliance-Anforderungen an die Datenverarbeitung mit KI müssen Unternehmen dafür auch die Prozesse zur Sicherung der Datenqualität anpassen. Gleichzeitig ist die KI-Einführung ein Change-Thema für das gesamte Unternehmen, das sowohl die Prozesse als auch die Mitarbeitenden betrifft. Die Menschen mitnehmen lautet hier die Devise.



„Ist KI da drin, wo es draufsteht? Und welche Probleme werden damit tatsächlich gelöst?“

Eveline von der Stein
Stadtwerke Bonn

Wie Unternehmen ihre Mitarbeitenden befähigen

Nach **Artikel 4 des AI-Act** müssen Betreiber von KI-Systemen sicherstellen, „dass ihr Personal und andere Personen, die in ihrem Auftrag mit dem Betrieb und der Nutzung von KI-Systemen befasst sind, über ein ausreichendes Maß an KI-Kompetenz verfügen.“

Best-Practice-Charakter hat in diesem Zusammenhang das KI-Ausbildungsprogramm der Weleda AG. Hier gibt es für alle Mitarbeitenden zunächst eine Einführung dazu, wie Mitarbeitende mit KI umgehen können. Mögliche Risiken werden ebenso vorgestellt, wie Empfehlungen zur verantwortungsvollen Datenverarbeitung mit KI.

Vierstufiges Programm

Auf diesem Grundlagenwissen setzen bei Weleda die Prompt-Schulungen auf. Dabei werden in einem ersten Schritt die Grundprinzipien der effizienten Interaktion mit der KI erklärt. Die zweite Prompt-Schulung geht dann gezielt darauf ein, wie Teilnehmende ihre Anfragen formulieren, um die für ihren Fachbereich benötigten Antworten und Inhalte möglichst schnell und präzise zu erhalten.

Auf der nächsten Stufe des KI-Ausbildungsprogramms entwickeln die Teilnehmenden von Weleda bereits spezifische Use Cases für ihre jeweiligen Fachbereiche. In Design Thinking Workshops analysieren die Teams gezielt Prozesse, um zu sehen, wo KI konkrete Verbesserungen liefern kann, und setzen diese dann auch um.



Doch nicht überall ist die KI-Ausbildung und Schulung wie oben dargestellt schon so klar strukturiert wie bei Weleda. So vielfältig wie die Möglichkeiten der KI sind auch die Programme zu ihrer Einführung.

Betriebsvereinbarung schafft Transparenz

Die Stadtwerke Bonn haben laut Eveline von der Stein beispielsweise eine eigene Betriebsvereinbarung getroffen. Doch die ist nur ein Teil der umfassenden Kommunikation zum Thema KI. Regelmäßige Informationen über die laufenden Projekte, eine sogenannte „Impulsrunde“, die KI in Präsenzveranstaltungen vorstellt und erläutert, sowie unterschiedliche Formate zur eingehenden Beschäftigung mit der Technologie sollen die Potenziale der KI für möglichst viele Mitarbeitende nutzbar machen.

Voneinander lernen

Thomas Lang, Partner valantic, betont: „Wir müssen die Leute da abholen, wo sie stehen.“ Das tut sein Unternehmen mit einer ganzen Palette von Maßnahmen. Dazu gehören neben E-Learning-Angeboten unter anderem Treffen, die den Austausch zwischen allen Mitarbeitenden zum Thema fördern. In so genannten Expert-Sessions stellen KI-Pioniere Lösungen für Alltagsaufgaben vor, von denen andere Mitarbeitende profitieren können.



*„Ich würde fragen:
in welcher Abteilung
setzen wir KI nicht
ein?“*

Thomas Lang
Partner valantic

Wie KI Fachabteilungen und Rollen verändert

„Der größte Unterschied besteht darin, dass Wissen nicht mehr nur Expertinnen und Experten zur Verfügung steht, sondern jederzeit für alle Menschen verfügbar ist“. So beschreibt Wissensmanagerin Esther Delp von gkk die Veränderung, die KI in Fachabteilungen von Unternehmen und Behörden auslöst. Dieser veränderte Zugang zu Wissen breche mit bisherigen Rollenbildern und erfordere ein geändertes Führungsverhalten. „Führungskräfte müssen in Zukunft viel stärker Moderatoren, Coaches, vielleicht auch Kuratoren werden“, sagt Delp.

KI stellt Rollen auf den Kopf

IT-Security Mitarbeiter Lars Siefert von Mosca und SHD-Kundenservice-Leiter Thomas Krahe hingegen erwarten eher weniger Veränderungen an Rollen und Verantwortlichkeiten. Die Vertreter anderer Unternehmen, wie METRO oder die Stadtwerke Bonn, sehen die Veränderung zwar noch nicht konkret, erwarten jedoch einen deutlichen Wandel. Drastischer drückt es Bernd Berkenharn von AGRAVIS aus: „Ich glaube, das wird eine kleine Revolution werden, auch im Agrarhandel und in der Landwirtschaft“. Und Thomas Lang von valantic ist überzeugt: „KI kann Rollen auf den Kopf stellen.“

Mehr Raum für strategisches und kreatives Denken

Einschneidende Veränderungen erwartet Generative AI & Knowledge Engineer Romana Pflieger von Weleda. Sie sagt: „Alle Routineaufgaben – Aufgaben nach



„Alle Routineaufgaben – Aufgaben nach einem festen Schema – können automatisiert werden und werden auch früher oder später automatisiert.“

Romana Pflieger

Weleda AG

einem festen Schema – können automatisiert werden und werden auch früher oder später automatisiert“. Im Gegenzug sieht sie mehr strategische Tätigkeiten, mehr die KI überwachende Aufgaben. Gleichzeitig werde wieder mehr Raum für kreatives Arbeiten und kritisches Denken entstehen.

Bestehende Jobprofile werden sich ändern

Bezogen auf das derzeit viel diskutierte Job-Profil des „Prompt-Engineers“ sagt Pflieger: „Es werden keine neuen Jobprofile entstehen, es wird einfach zusätzliche Anforderungen an die bestehenden Jobprofile geben. Ich denke, jeder muss sich heutzutage dahingehend weiterentwickeln und weiterbilden, um mit KI-Systemen umgehen zu können und jeder muss ein kleiner Prompt Engineer werden.“

Kein „Weiter so“

Ähnlich formuliert es Ontrex-CTO Rocco Leone. Menschen müssten künftig weniger einfache Routineaufgaben ausführen. „Dafür müssen sie sich mit der KI, ihren Möglichkeiten und ihrer Anwendung auseinandersetzen, um sich am Arbeitsmarkt zu positionieren“, sagt er. Wie viel Veränderung das konkret bedeutet, hängt von zahlreichen Faktoren ab. Klar ist jedoch: Ein „Weiter wie bisher“ wird es nicht geben.



Sie wollen wissen, wie Ihr Unternehmen von KI profitieren kann?

Dann kontaktieren Sie uns!

Sehr gerne unterstützen wir Sie darin, Ihre KI-Potenziale zu identifizieren und zu heben.

[Mehr erfahren](#)

Fazit und Ausblick

Das Nutzenpotenzial der KI ist so groß und vielfältig wie Aufgabenbereiche und Prozesse in Unternehmen und Organisationen der verschiedensten Branchen. Dabei sind neue Entwicklungen wie selbstständig handelnde KI, die sogenannte Agentic AI, noch gar nicht berücksichtigt. Agentic AI verspricht Verbesserungen, die den Rahmen des heute Vorstellbaren sprengen werden.

Doch egal, in welcher Form Unternehmen KI einsetzen: Der größte Nutzen entsteht dort, wo sie einen konkreten Unterschied macht – gegenüber bisherigen Prozessen, aber auch im Vergleich zum Wettbewerb. Es geht um mehr als automatisches Verfassen von E-Mails.

Höchste Zeit also, sich aktiv mit KI zu befassen. Denn nur wer den Umgang mit KI beherrscht, kann den Wandel so gestalten, dass die eigene Organisation bestmöglich profitiert. Das gilt auch und gerade im Service-Management.

Über Serviceware

Serviceware unterstützt Unternehmen weltweit dabei, ihre Serviceprozesse neu zu denken – digital und hochautomatisiert. Kern des Portfolios ist die KI-native Serviceware Plattform. Sie transformiert Services branchenübergreifend und richtet Technologie- und Servicekosten konsequent am geschäftlichen Mehrwert aus. Sie verbindet Menschen, Prozesse und Daten intelligent miteinander und bildet das Fundament für die Service-Exzellenz moderner Unternehmen.

Bereits seit 2018 setzt Serviceware auf das Potenzial von künstlicher Intelligenz im Service Management. Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Plattform erfolgt im unternehmenseigenen KI-Kompetenzzentrum, das Serviceware in enger Kooperation mit der TU Darmstadt betreibt.



Die Serviceware Plattform umfasst Lösungen wie Enterprise Service Management, IT-Finanzmanagement, Knowledge Management, Corporate Performance Management und Field Service Management. Ergänzt wird das Portfolio durch Beratung, Managed Services und Partnerschaften in IT-Security, Data- und Endpoint-Management.

Serviceware hat weltweit mehr als 1.100 Kunden aus verschiedensten Branchen, darunter 18 DAX-Unternehmen sowie 5 der 7 größten deutschen Unternehmen. Der Hauptstandort befindet sich in Idstein, Deutschland. Das Unternehmen beschäftigt rund 450 Mitarbeitende an 14 Standorten weltweit.

Weitere Informationen finden Sie auf www.serviceware-se.com.

Serviceware SE

Serviceware-Kreisel 1

65510 Idstein

Germany

+49 6434 9450 0

contact@serviceware-se.com

www.serviceware-se.com