

AGENTIC AI

Die Zukunft der KI liegt
in ihrer Demokratisierung

QUANTENCOMPUTING

Wagen wir den Quanten-
sprung zur Quanten-KI?

INDUSTRIAL TECH

Unter Druck zu digitaler
Souveränität

Handelsblatt **Journal**

Eine Sonderveröffentlichung von Euroforum Deutschland

OKTOBER 2025 | WWW.HANDELSBLATT-JOURNAL.DE



euroforum

Medienpartner

Handelsblatt

Substanz entscheidet.

Advertorial

KI-Strategie: vom Plan zur Praxis

von Sapthagiri Chapalapalli

Das Versprechen der Künstlichen Intelligenz hält Führungsetagen in ganz Europa in Atem. Doch die Realität ist ernüchternd: Eine tiefe Kluft liegt zwischen Verheißung und Wirklichkeit. Zahlen der Europäischen Kommission zeigen, dass lediglich 13,5 Prozent der EU-Unternehmen KI nutzen. Dass sie ihr Potenzial nicht ausschöpft, liegt aber weder an der Technologie selbst, noch an der Komplexität der Algorithmen oder der Leistungsfähigkeit der Hardware – sondern daran, dass der menschliche Faktor viel zu oft ignoriert wird. Ich sehe viele KI-Initiativen mit beeindruckenden ROI-Prognosen und komplexen technischen Entwürfen. Was oft fehlt? Ein Plan, wie die Menschen, die pro-



Sapthagiri Chapalapalli,
Head of Europe, Tata Consultancy Services

Es braucht also einen Paradigmenwechsel: hin zu einem menschenzentrierten Ansatz. „

fitieren sollen, eingebunden werden. Digitale Transformation – und das ist nicht erst mit KI so – steht und fällt aber mit der Akzeptanz der Nutzenden.

Der Schlüssel zur KI-Akzeptanz

Es braucht also einen Paradigmenwechsel: hin zu einem menschenzentrierten Ansatz. Um das Potenzial von Künstlicher Intelligenz wirklich freizusetzen und die Akzeptanz zu erhöhen, müssen sich Unternehmen die richtigen Fragen stellen.

1. „Was soll KI für meine Funktion leisten?“ Diese Frage führt zur Identifizierung praktischer Anwendungsfälle, die reale geschäftliche Herausforderungen angehen und die Arbeit einfacher, effizienter oder wirkungsvoller machen. Sobald geklärt ist, was die Technologie leisten kann, sollte die zweite Frage lauten:
2. „Wie kann ich KI für meine Funktion nutzbar machen?“ Das befähigt die Stakeholder, Verantwortung zu übernehmen, indem sie die nötigen Ressourcen, Schulungen und Unterstützung erhalten.
3. „Wie stelle ich sicher, dass KI angenommen wird?“ Hier geht es darum, eine nutzerzentrierte

Erfahrung zu schaffen, die KI-Tools intuitiv, wertvoll und angenehm macht.

Dieser Ansatz lässt sich auf verschiedene Weisen umsetzen. Bei TCS etwa demokratisieren wir die Agenterstellung. So bleibt KI nicht einer kleinen Gruppe von Datenwissenschaftlern vorbehalten. Stattdessen ergänzen Talente aus den Geschäftsbereichen unsere Kernteams aus Datenwissenschaftlern und KI-Architekten, die sowohl ihr Fachgebiet als auch die Potenziale der KI verstehen.

Eine KI-Strategie in die Tat umzusetzen, bedeutet, eine Strategie zu entwickeln, ein Framework zu gestalten und – hier liegt der Schlüssel – eine Umsetzung zu planen, die den Menschen in den Mittelpunkt rückt. Wer sich auf das menschliche Element bei der KI-Einführung konzentriert, schafft greifbaren Mehrwert für das Unternehmen und die Kunden. ■

tcs.com

tcs TATA
CONSULTANCY
SERVICES

© Getty