

Rimago Forum 2026

Vortrag: Hilfe, die KI kommt – Zusammenfassung der Keynote

#wirksamkeit Stop den Bullshit!

Warum ausgerechnet er hier steht

Der Referent stellte sich als gebürtiger Ostfrieser vor und erklärte zunächst, wie er überhaupt auf diese Bühne kommt. 2014 startete er den Podcast „Arbeitsphilosophen – Die Zukunft der Arbeit“. Auslöser war kein Businessplan, sondern intrinsische Motivation: Freunde von ihm hatten Burnout, andere Boreout – also Langeweile bei gleichzeitigem Druck, beschäftigt zu wirken. Alle erzählten ihm, was schief lief, und er wollte wissen, wie sich Arbeit entwickelt. Also interviewte er Menschen und lud die Gespräche ins Netz.

2014 wusste niemand, was ein Podcast ist; die beste Reaktion, die man bekommen konnte, war ein „Aha“. Genau das erwies sich als Glück: Weil kaum jemand Podcasts produzierte, stand er zwei Wochen nach Veröffentlichung der ersten beiden Episoden auf Platz 1 der Kategorie Wirtschaft bei Apple iTunes – mit 150 Hörern, im Wesentlichen Freunde und seine Mutter, die mehrfach klickten. Über die Gesamtcharts landete er in den Top 25 und wurde so von der damals wachsenden New-Work-Szene entdeckt. Die hatte Twitter und Blogs, aber keinen Podcast – plötzlich wollten alle von ihm interviewt werden. Seine nüchterne Einordnung: Er war nicht der Beste, sondern schlicht der einzige Moderator für dieses Format. Aus dem Hobby wurde ein Beruf, und ab 2016/2017 wurde KI zwangsläufig Teil der Frage, wie sich Arbeit verändert.

Zwei Abstimmungen zum Einstieg

Der angekündigte Titel lautete „Hilfe, die KI kommt“. Der Referent fragte offen, wer das tatsächlich manchmal denkt – und schlug dann vor, zwar über KI zu reden, aber nicht mit KI anzufangen.

Zwei Stimmungsbilder rahmten den Einstieg. Erstens: Wer blickt optimistisch auf die eigene, persönliche Zukunft? Fast alle Hände gingen hoch, vier Personen ordneten sich dem pessimistischen Lager zu. Zweitens, mit Blick auf die eigene Organisation, verschob sich das Bild spürbar: Hier meldeten sich deutlich mehr Pessimisten, und einige, die sich zuvor optimistisch gemeldet hatten, hielten sich zurück.

Zukünfte statt Zukunft

In der Zukunftsforschung, so der Referent, spricht man nicht von der Zukunft, sondern von Zukünften. Irgendwo entsteht eine Entwicklung, und schon verändert sich das gesamte Gebilde. Wer behauptet, die Zukunft werde so oder so, liege deshalb zwangsläufig daneben – niemand weiß, wie das Ganze übermorgen aussieht. Entsprechend verstand er alles Folgende ausdrücklich als Denkangebote: Es werde wahrscheinlich nie genau so kommen, biete aber vielleicht eine nützliche Richtung oder Perspektive.

Über Zukunft lässt sich technologisch sprechen – neue Modelle, ChatGPT, Claude, China, Trump – oder kulturell: Wie denken wir über Arbeit, wie organisieren wir sie? Der Vortrag begann bewusst beim kulturellen Teil.

Produktivität: ein Wort, viele Bedeutungen

Produktivität nannte der Referent sein Lieblingswort. Im BWL-Studium wird sie bereits im ersten Semester als das Entscheidende eingepflegt. Zehn Jahre lang wollte trotzdem niemand mit ihm darüber sprechen – es lief ja alles.

Die Zurufe aus dem Publikum zeigten, wie unterschiedlich der Begriff besetzt ist: Prozessoptimierung, KI, demografischer Wandel, Eigenmotivation, Standardisierung, Fokussierung, Synergien, Rendite, Erfolg, Work-Life-Balance, Zeit und Freizeit.

Der Umschwung kam im September 2024 mit der Volkswagen-Krise: Ganz Deutschland hatte auf einmal eine mittelschwere Erkältung, und plötzlich wollten alle mit ihm über Produktivität reden. Exemplarisch war ein Termin mit einer dreiköpfigen Geschäftsführung – eine Frau, zwei Herren –, die erklärte, man müsse „in die Produktivität kommen“. Auf die Nachfrage, was das heiße, kamen drei verschiedene Antworten: innovativer werden und neue Geschäftsmodelle entwickeln, weil das Bisherige nicht mehr funktioniere; anders zusammenarbeiten und kommunizieren, inklusive der fehlenden Work-Life-Balance; und schlicht Kosten sparen. Sein Einwand an die Runde: Ihr redet alle über Produktivität, meint aber völlig verschiedene Richtungen – die schließen sich nicht aus, müssen aber sauber definiert werden. Parallel forderte auch die Politik, man müsse effizienter und mehr arbeiten.

Das Ratcliffe-Symptom: beschäftigt sein wirkt produktiv

Ein Zeitungsartikel aus dem Sommer 2024 lieferte das Negativbeispiel: Sir Jim Ratcliffe, Chemie-Mogul und Milliardär aus Großbritannien, kaufte sich bei seinem Lieblingsverein Manchester United rund 25 Prozent der Anteile und wurde sportlicher Vorstand. Er analysierte die Arbeitsweise der Mitarbeitenden und stellte fest, dass sie im Homeoffice intern weniger E-Mails schreiben als im Büro. Seine Konsequenz: alle fünf Tage die Woche zurück ins Büro. Auf die Frage nach dem Warum – ein Mitarbeiter hatte gerade einen Bauernhof zwei Stunden entfernt gekauft – lautete die Antwort: damit wieder mehr E-Mails geschrieben werden, das steigere die Produktivität. Der Referent las den Artikel zweimal auf Englisch und ließ ihn übersetzen, weil er es kaum glauben konnte. Wieder betonte er, es gehe ihm nicht um die Homeoffice-Debatte.

Das dahinterliegende Symptom finde sich in jeder Organisation, in die er hineinschauen dürfe: Beschäftigt sein wird mit produktiv sein gleichgesetzt. Niemand habe im Arbeitsvertrag stehen, täglich 35 E-Mails zu verschicken, die Hälfte davon an Menschen in CC, die nichts damit zu tun haben – und doch gelte ein Tag voller E-Mails als produktiver Tag.

Was Wissensarbeit eigentlich verlangt

Cal Newport definiert in „Slow Productivity“ (Seite 42) Wissensarbeit als die wirtschaftliche Aktivität, bei der Wissen durch die Anwendung kognitiver Leistung in ein Produkt mit Marktwert umgewandelt wird. Der Referent stellte die Klassifizierung in Kopf-, Herz- und Handarbeit selbst infrage – auch Menschen in der Kita seien Wissensarbeitende –, hielt aber an der Kernfrage fest: Wer sei beim Schreiben einer E-Mail wirklich in der vollen Anwendung seiner kognitiven Leistung?

Seine humorvolle „Feldstudie“: Männer, die am Pissoir einhändig auf dem iPhone tippen, bis das typische Geräusch einer versendeten E-Mail zu hören ist. Keine Sekunde verschwendet – aber von voller kognitiver Leistung könne keine Rede sein.

Alle vier Minuten unterbrochen

Eine Studie aus dem DACH-Raum aus der Nach-Corona-Zeit zeigt: Alle vier Minuten wird die Arbeit gestört – durch E-Mails, Telefonate, Slack, Teams. Gleichzeitig weiß man aus Psychologie und Neurowissenschaft, dass wir je nach Studienlage zehn, eher 15 bis 18 Minuten brauchen, um in die volle Anwendung kognitiver Leistung zu kommen. Wenn beides stimmt, arbeiten wir streng genommen nicht mehr richtig – haben uns aber darauf geeinigt, dass genau das produktiv sei. Wir kommen vor lauter Arbeit nicht mehr zum Arbeiten.

Ein Beispiel dafür lieferte eine Führungskraft, die um 17:30 Uhr aus ihrem zwölften Meeting kam. Auf die Frage, wie der Tag war, konnte sie nicht sagen, was sie eigentlich getan hatte. Erst auf die Frage, was sie hatte tun

wollen, kam eine Antwort. Arbeit werde fragmentierter, Arbeit werde mehr – und beides halte uns davon ab, wirklich gut zu arbeiten.

Bullshit-Jobs und der eigene Anteil

David Graeber, bis zu seinem Tod 2020 Professor an der London School of Economics, forschte zu Bullshit-Jobs und stellte fest, dass hochentwickelte Länder sich von Jahr zu Jahr mehr davon leisten. Seine Definition: Man arbeitet acht Stunden am Stück und kann dabei schwer beschäftigt sein, aber das Getane hat keinerlei Relevanz für Unternehmen, Organisation oder Gesellschaft. Man könnte den Arbeitstag ebenso gut mit Netflix in der Ecke verbringen – die Produktivität wäre dieselbe: null. Graebers Essay ging weltweit viral, löste aber meist einen Schutzreflex aus: Man kennt drei Leute mit Bullshit-Job, selbst hat man natürlich keinen.

Der Referent interessierte die Grauzone dazwischen: Alle hätten Bullshit-Anteile, bei manchen mehr, bei manchen weniger. Auf seine Frage nach dem persönlichen Bauchgefühl kamen aus dem Publikum Schätzungen von 30 Prozent, 25 Prozent und einmal „30 bis 50“ – was er als clevere Absicherung kommentierte: Angestellte nennen nie mehr als 50 Prozent, sonst drohe Teilzeit. Ein Teilnehmer nannte 5 Prozent, was im Raum Staunen auslöste. Die Spanne reichte damit von 5 bis 50 Prozent, der Großteil lag bei 25 bis 30.

Europäische Studien, bei denen Tätigkeiten am Rechner getrackt und anschließend gemeinsam mit den Betroffenen bewertet werden, kommen im Mittel ebenfalls auf rund 25 Prozent. Bei sich selbst stellte der Referent 30 Prozent fest. Eine Anekdote aus Köln: Dort brüllte ein Teilnehmer aggressiv in den Saal, er habe null Prozent – er sei Programmierer. Der Hinweis auf Graeber, der Programmieren als Bullshit einstufte, weil KI das bald übernehme, beendete das Gespräch; die zehn LinkedIn-Anfragen danach wurden abgelehnt.

Die eigentliche Frage laute: Warum lassen wir das zu? Warum vergeuden wir 30 Prozent unserer Arbeitszeit – und damit Lebenszeit – für Dinge, von denen wir selbst wissen, dass sie Schwachsinn sind? Warum zahlen Unternehmen dafür, und warum akzeptiert die Gesellschaft das? Darin liege ein riesiges Potenzial und zugleich der einfachste Hebel, den wir haben – auch als Vorbereitung darauf, sinnvoll mit KI zu arbeiten.

Effizienz oder Effektivität

Um Bullshit loszuwerden, hilft eine klare Unterscheidung: Ist die Arbeit effizienz- oder effektivitätsfokussiert? Effizienz heißt schneller, günstiger, mit weniger Personal – klassische BWL, Kostensenkung, Prozessoptimierung. Effektivität zielt auf neue Geschäftsmodelle, Innovation, neue und gesündere Formen der Arbeit, Nachhaltigkeit, also auf Modelle, die auch in zehn oder fünfzehn Jahren tragen. Dahinter steht die Frage der Wirksamkeit: Was bewirke ich mit meinem Tun – mache ich alles nur schneller und billiger, oder kreierte ich etwas?

Ausdrücklich stellte er klar: Effizienz ist eine notwendige Bedingung für erfolgreiche Organisationen, aber nicht die einzige. Seine Beobachtung aus vielen Jahren in Unternehmen: Auf Konferenzen wird viel über Innovation gesprochen, in den Monaten danach fließt die meiste Energie doch in Effizienz – Innovation kommt kurz vor Weihnachten. Bullshit wegzunehmen schaffe Raum für Transformation und damit für Wirksamkeit.

Dem stellte er absurde Zielvorgaben gegenüber: 20 Prozent mehr Produktivität in drei Jahren – oder, Ende April dieses Jahres, ein Geschäftsführer, der für ein 60-köpfiges Team 20 Prozent bis Jahresende forderte, ohne selbst sagen zu können, ob er Effizienz, Kostensenkung oder Entlassungen meinte. Seine Antwort: Das bekomme er nicht hin, und das funktioniere auch nicht, nur weil man sich eine KI einkaufe.

Digitalisierung ist nicht Transformation

Digitalisierung ist für ihn etwas, das vorher so war und danach genauso ist, nur digital abgebildet. Beispiel Amt: Erst ein Blatt Papier ausfüllen und zurückschieben. Nach dem Umzug nach Hamburg ging es „online“ – und es öffnete sich eine PDF, die er ausdrückte, ausfüllte und für 55 Cent verschickte. Heute geht alles digital inklusive digitaler Unterschrift – und wird vor Ort ausgedruckt. Der Prozess ist unverändert.

Transformation heißt dagegen, dass durch die neue digitale Möglichkeit das Bestehende umgewandelt wird, hin zu etwas völlig Neuem – weg vom reinen Effizienzdenken, hin zur Effektivität. Dazu passt das IT-Zitat des damaligen Telefónica-CEO von etwa 2015:

„Wenn Sie einen Scheißprozess digitalisieren, dann haben Sie einen scheiß digitalen Prozess.“

Im KI-Zeitalter sei das relevanter denn je, weil Organisationen nicht so gute Prozesse nun zusätzlich mit KI hebeln.

KI als Problemlöser: das Geberit-Beispiel

Nach der IBM-Standarddefinition kombiniert KI Informatik und robuste Datensätze, um Problemlösungen zu ermöglichen – nicht mehr und nicht weniger. Eine kurze Abstimmung zeigte: Die Nutzung im Publikum reicht von wöchentlich über täglich bis stündlich, einzelne hatten KI beruflich noch nie genutzt; einmal begegnete ihm jemand, der sie bewusst boykottiert.

Das Beispiel Geberit stammt aus 2018/19. Das Schweizer Unternehmen brachte Dusch-WCs, in Japan und Südkorea Standard, in den DACH-Raum. In Badausstellungen wurden sie zum Lead-Magneten: Junge Paare, die bauen oder renovieren, blieben davor stehen, redeten, lachten – von außen sichtbar eine Mensch-Toiletten-Interaktion. Sobald aber Verkaufspersonal mit der Frage „Kann ich Ihnen helfen?“ hinzukam, zuckten in 90 bis 95 Prozent der Fälle beide zusammen, manche liefen knallrot an: Scham und Intimität, jemand platzt in eine private Toilettenparty. Der Fachhandel spielte das zurück – das Produkt sei der Hammer, aber man komme nicht ins Gespräch.

Die Lösung war ein Chatbot, der per QR-Code oben auf die Brille geklebt wurde, mit der Einladung, jede Frage zu stellen. Die Kunden fotografierten den Code ab, lachten noch mehr, stellten ihre Fragen – und beim anschließenden Verkaufsgespräch hieß es: Der Chatbot hat schon alles beantwortet, können wir das auch bei uns einbauen? Zwischenmenschliche Kommunikation war wieder möglich. Zusätzlich sammelte Geberit die echten Kundenfragen und verstand dadurch Missverständnisse – etwa die Annahme, es komme eiskaltes Wasser heraus, woraufhin man überlegte, den Pfeil nicht blau darzustellen. Diese Erkenntnisse flossen zurück in Website und Social Media. Laut Marketingleiter verdreifachten sich Umsatz und Marktanteil in drei Jahren, und er führt das ernsthaft auf den Chatbot in der Ausstellung zurück. 2018 hätte niemand geglaubt, dass Menschen dafür einen QR-Code scannen.

KI im Handwerk und die Gewöhnung der Kunden

Auf die Frage, wer zuletzt einen Handwerksbetrieb angerufen hat, berichtete ein Teilnehmer von einem KI-Telefonassistenten, von dem er enttäuscht war – erst nach Rückruf und Übernahme durch einen Menschen wurde sein Anliegen geklärt.

Der Referent ordnete ein: „Hallo Petra“ war eine der ersten funktionierenden Lösungen und hat inzwischen Nachahmer. Das Problem dahinter ist real – kleine Betriebe mit fünf, sechs Personen, ständige Anrufe, oft abends, Fachkräfte- und Personalmangel, kein funktionierendes Backoffice, und der Chef als Nadelöhr. Entscheidend ist das Routing: Ein 24/7-Notdienst muss sofort bedient werden, aber es macht einen Unterschied, ob am Sonntagnachmittag jemand ein Fenster fürs nächste Jahr anfragt oder ob ein Haus unter Wasser steht. Manche Systeme laufen noch schlecht, manche bereits extrem gut – und kostengünstig. Aus der Abfallbranche kennt er das Muster, dass Menschen fragen, wann die Biotonne abgeholt wird; früher fragte ein Mensch nach Straße und Postleitzahl und tippte alles händisch ein.

Der eigentliche Effekt sei die Gewöhnung: Wir werden geprimed. Es wird normal, den Erstkontakt mit einer KI zu haben und am Montag von einem Menschen zurückgerufen zu werden.

Wie Menschen KI heute in Entscheidungen einbauen

Dasselbe passiert mit klassischer Werbung. Am Vortag erhielt der Referent einen Brief mit einem Angebot zu einem weltweit anlegenden ETF. Statt alles zu lesen, fotografierte er den Brief und besprach mit einer KI, ob das Angebot gut sei – es war es nicht; anschließend ließ er sich einen Finanzplan erstellen.

Die frühe Prophezeiung, Google sterbe durch ChatGPT, hat sich nicht bewahrheitet: Menschen googeln mehr, weil der Dialog mit der KI Folgefragen erzeugt. Man bekommt eine sofortige Einschätzung, kann sie challenge, mit einer anderen KI vergleichen und weiter interagieren – und das geschieht zunehmend, bevor man zur Bank oder zum Anbieter geht.

Auch Ärzte reagieren. Ein Bekannter des Referenten, der wegen einer neurologischen Erkrankung in der Familie alle vier Jahre zur Kontrolle geht, rief begeistert an: Sein Neurologe in Berlin transkribiert das Gespräch mit dem Tool Dragon, prüft am Ende gemeinsam mit dem Patienten, was die KI daraus gemacht hat, schickt es per Mail und legt es in die Akte. Der Effekt, den der Bekannte hervorhob: Der Arzt habe ihn zehn Minuten lang angesehen, statt am Rechner zu tippen – zum ersten Mal sei eine Verbindung entstanden. Wer das erlebt, will diese Transparenz auch im Bankgespräch und überall sonst.

Wissensmanagement wird technisch machbar

Dazu passt der Satz des früheren Siemens-Chefs von Pierer: Wenn Siemens wüsste, was Siemens weiß. Übertragen auf Teams, Abteilungen und ganze Organisationen sei die Vorstellung irre, all dieses Wissen zu sammeln und sofort abrufbar zu machen. Genannt wird das seit den Neunzigern Wissensmanagement – technologisch möglich ist es erst jetzt. Erste Organisationen transkribieren jedes Meeting und laden es in ein KI-System, um jederzeit darauf zugreifen zu können. Ob das gut oder schlecht sei, ließ der Referent offen; Transparenz- und Haftungsfragen kämen zwangsläufig, aber die Richtung sei klar. Der Grund ist simpel: Wir alle haben unzählige klitzekleine Probleme – wie hieß das Tool, wo liegt die Präsentation, bis wann wollte die Kollegin etwas schicken –, die bald instant beantwortbar sind, ohne dass jemand Chips implantieren müsse.

Von Low-Performern zur Potenzialentfaltung

Ein halbes Jahr nach ChatGPT zeigten erste Auswertungen von Stanford und MIT, dass vor allem schwächere Mitarbeitende von KI profitieren. Auf HR-Konferenzen 2022 wurde daraus die These, alle würden gleich gut – der Referent widersprach damals schon.

Letztes Jahr verschob sich das Bild durch eine Studie der Harvard Business School mit Procter & Gamble: 800 Mitarbeitende, vier Gruppen – Individuen ohne KI, Teams ohne KI, Individuen mit KI, Teams mit KI – lösten reale Businessprobleme. Erwartungsgemäß schnitten Teams besser ab als Einzelpersonen; Ausnahmen bestätigten die Regel. Überraschend war: Individuen mit KI schnitten signifikant besser ab als Teams ohne KI.

Bei einem Automobilkonzern reagierte ein Teamleiter auf diese Folie mit hörbarem Unbehagen, weil er seine Rolle gefährdet sah. Die Antwort des Referenten: Dann gib deinem Team einfach KI. Entscheidend sei, dass Menschen befähigt werden, KI sinnvoll zu nutzen. Die Studie zeige nicht nur Tempo- oder Aufholeffekte, sondern bessere Lösungen – also effektiveres Arbeiten. Daraus leitet er ab, dass gut ausgebildete Menschen mit KI in eine neue Potenzialentfaltung kommen und völlig neue Prozessdesigns entstehen. Die Landschaft werde dadurch nicht schwarz-weiß, sondern bunt: Es gibt Organisationen, die KI gut nutzen, solche die sie schlecht nutzen, und solche, die sie gar nicht nutzen.

Die Disbalance und das Workslop-Problem

Gleichzeitig fließt laut einer internationalen Deloitte-Studie aktuell 93 Prozent des Geldes in Technologie und nur 7 Prozent in Menschen und Ausbildung. Solange Infrastruktur aufgebaut wird, sei das nachvollziehbar – bleibt es dabei, werde die Schieflage zum Problem.

Die Folge nennt sich Workslop: von einer KI erzeugter Mist. Der Referent beschrieb die typische Kette – eine lange Mail wird von der KI zusammengefasst, umgeschrieben, weitergeschickt, von der Empfängerin erneut

zusammengefasst und in To-dos zerlegt. Steckt darin ein Fehler, arbeitet am Ende jemand an etwas Falschem. Das breitet sich aus wie ein Krebsgeschwür, ohne dass jemand die Quelle kennt.

Der bekannteste Fall: Eine Beratungsfirma erstellte für das australische Arbeitsministerium einen Bericht für 250.000 Euro, auf dessen Basis Entscheidungen getroffen werden sollten. Ein Mitarbeiter des Ministeriums las ihn tatsächlich, fand die zitierten Studien nicht und stieß bei der Suche nach dem zitierten „Professor Rubble“ auf einen Hund aus Paw Patrol. Der ganze Bericht war KI-generiert; die Firma bot an, ihn neu zu erstellen. Eine Staatssekretärin bestätigte ihm auf Nachfrage, ihre Ministerin müsste nach so etwas zurücktreten. Schlimmer als der persönliche Rücktritt sei aber, dass auf solchen Berichten Entscheidungen gefußt werden – mit dem Verweis, die Experten hätten es ja gesagt. In der Medizin- und Medikamentenproduktion, wo er im ersten Halbjahr viel unterwegs war, wird es noch drastischer: Wenn eine KI zwei Gramm angibt, wo 0,01 stehen müsste, und das Arzneimittel rausgeht, hat man ein echtes Problem. Richtig von falsch zu unterscheiden werde unsere Arbeitswelt massiv verändern.

Die erste KI-Krise ist eine psychologische

Die häufigste Frage, die ihn per Mail, LinkedIn und im Gespräch erreicht, lautet: Was wird aus mir? Seine ehrliche Antwort: Das weiß niemand, niemand kann das prognostizieren. Was wir tun können, liegt auf der individuellen Ebene.

Dafür brachte er zwei Modelle aus der positiven Psychologie ein. Erstens den Circle of Influence mit drei Bereichen: was ich kontrollieren kann – etwa ob ich KI nutze, wenn sie verfügbar ist; was ich beeinflussen kann – etwa die IT bitten, ein Werkzeug bereitzustellen, um Bullshit loszuwerden; und was außerhalb meiner Kontrolle liegt – was OpenAI, Anthropic, Trump, China oder Europa tun. Darüber dürfe und solle man debattieren, aber es verändere das eigene Leben nicht aktiv. Fokussieren solle man sich auf Kontrolle und Einfluss.

Zweitens ein von Nico Rose übersetztes Modell, das Weltsichten einordnet: auf der einen Achse, ob die Dinge schlechter werden, sind wie sie sind oder besser werden; auf der anderen, ob ich alles, ein bisschen oder nichts verändern kann. Ganz oben liegen Hybris und die rosarote Brille, die man – wie in einer neuen Beziehung – irgendwann wieder absetzt. Unten liegt die Haltung, alles werde schlechter und man könne nichts tun. Sehr präsent sei derzeit, vor allem in den USA und wachsend auch in Deutschland, der stoische Gleichmut: Die Dinge sind, wie sie sind, ändern lässt sich nichts. Als gesündesten Zustand benennt die positive Psychologie dagegen den Meliora-Zustand: Die Dinge könnten besser werden, und ich kann etwas dafür tun – und sei es minimal.

Fazit: mit mehr Technologie mehr Mensch sein

Daraus formte der Referent seine Handlungsreihenfolge: Hausaufgabe Nummer eins ist, den Bullshit in der eigenen Arbeit loszuwerden. Danach folgt die Frage, was man mit seiner Arbeit eigentlich bewirkt – im Team, in der Abteilung, in der Organisation. Und erst dann die Frage, wie KI oder Technologie allgemein helfen kann, Bullshit loszuwerden, Raum für Transformation zu schaffen und ins Tun zu kommen.

Bei der gesamten Entwicklung gehe es nicht um eine technische, sondern um eine menschliche Frage. Wohin KI sich entwickelt, wisse niemand – es könne sogar sein, dass Wasserknappheit die Kühlung der Rechenzentren limitiert und alles kleiner ausfällt als gedacht. Im Blick behalten müsse man deshalb vor allem: Was macht das mit uns als Menschen, und wie setzen wir es so ein, dass wir mit mehr Technologie mehr Mensch sein können? Das Ziel sei eine Arbeitswelt, die uns vom Bullshit befreit und mehr Wirksamkeit zulässt.