

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

...und das menschliche Potenzial.

VON DER

Top-Expertin für Positionierung &
Markenentwicklung Unternehmerin,
Keynote-Speakerin und Mensch.

Nadine Dlouhy steht für IMAGE. MACHT. ERFOLG.
und führt Unternehmen, Marken und Menschen
zu erfolgreichen Persönlichkeiten mit
messbarem Mehrwert.

Nadine Dlouhy
NADINE DLOUHY

BEKANNT AUS DEM TV.



**IMAGE.
MACHT.
ERFOLG.**



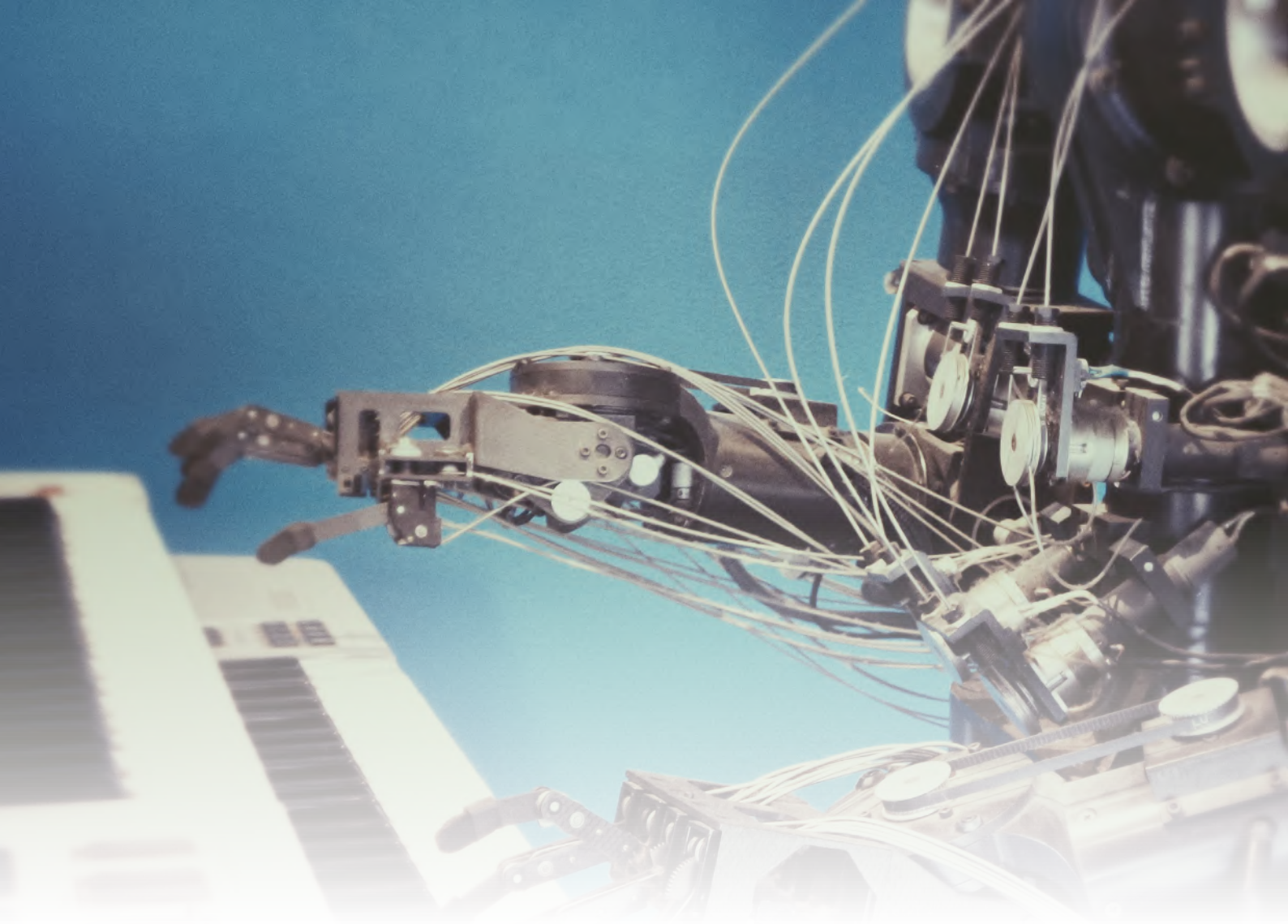
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

...und das menschliche Potenzial.



NADINEDLOUHY.COM





Welche Maßnahmen sind notwendig, dass nicht nur die KI wächst, sondern vor allem auch das „**Human Potential to direct it**“?

Dabei sein reicht nicht mehr aus. Die Vormachtstellung Deutschlands wackelt. Die Zeiten, in denen sich deutsche Unternehmen in Schweigen und Abwarten schützen können, sind vorbei. Die luxuriöse und teilweise arrogante Haltung, dass „Made in Germany“ selbstverständlich Türen öffnet und einen sicheren Platz am

Verhandlungstisch bedeutet, wird sich in den kommenden Jahren deutlich verändern. Wer in Zukunft seinen Platz im Markt halten möchte, muss sich bewegen, global denken, smart aufstellen und Expertise ins Unternehmen holen. Die Unternehmen müssen sich die Frage stellen, wie sie ihr Unternehmen und einzelne Marktsegmente aktiv mitgestalten und in die Zukunft führen. Während sich aktuell die Unternehmen meist in kleinteiligen Fragen verzetteln und den Blick für die große Strategie verlieren, holen Wettbewerber im In- und Ausland massiv auf und laufen deutschen Unternehmen den Rang ab.

Mensch 4.0 – Erfolgreich in einer digitalisierten Welt mit künstlicher Konkurrenz.

In der Zusammenarbeit mit Unternehmen und als Dozentin einer namhaften Hochschule werde ich oft gefragt, wo und wie ich die Unternehmen und ihre Menschen in der Zukunft sehe. Nach Industrie 4.0 und Digitalisierung 4.0 kommt jetzt auch der Mensch 4.0? Braucht der Mensch etwa auch ein Update?

In Zeiten der Digitalisierung muss sich der Mensch dringender denn je auf seine **Stärken-DNA** besinnen.

Der Mensch hat die Digitalisierung erschaffen. Schafft die Digitalisierung und die damit verbundene künstliche Intelligenz nun den Menschen als Arbeitskraft ab oder muss im Zeitalter der Maschinen und der Digitalisierung das Konstrukt Mensch neu gedacht werden? Ein klares Nein! In Zeiten der Digitalisierung muss sich der Mensch dringender denn je auf seine Stärken-DNA besinnen. Ich wage eine revolutionäre Aussage: In einer Zeit, in der wir durch Emojis fühlen, „danke Alexa“ sagen und nicht „danke Schatz“, Siri fragen und nicht Mama, muss es wieder „menscheln“.

Human Potential: Innovationsfaktor Mensch.

Wenn wir über erfolgreiche Positionierung reden, müssen wir in allererster Linie über uns selbst reden – über die eigene Persönlichkeit, mit all ihren Schwächen und Stärken. In Zeiten der Digitalisierung wird die Individualisierung immer wichtiger. Dies betrifft nicht nur Menschen, sondern auch Unternehmen. Die Digitalisierung bietet hinsichtlich der Individualisierung sogar einen klaren Vorteil. Somit ist die Digitalisierung unser Chancenticket und bietet die Möglichkeit, sich international und sichtbar zu platzieren.

Dass manche Menschen die Digitalisierung fürchten, ist durchaus verständlich. Viele Jobs fallen weg, jedoch ist dies auch ein Fortschritt bzw. eine Chance. Die Frage ist dabei nur: Wer nutzt sein Chancenticket und bringt sein Potential gewinnbringend mit ein? Ich sage hierzu sehr klar: Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar. Wer aufgrund eines Fortschritts Stillstand erlebt, hat im Grunde genommen nur den Zug verpasst. Sie sollten sich jetzt aber nicht an den Bahnhof stellen und auf den nächsten Fortschritt warten. Dies wird Sie nur noch weiter zurückwerfen. Werden Sie aktiv, übernehmen Sie Kontrolle und werden Sie zum eigenen Gestalter Ihrer Zukunft.

INFOKASTEN

Verstehen Sie die Digitalisierung als Chance und öffnen Sie sich für die damit verbundenen Potential.

Die Digitalisierung ist in aller Munde, verändert unsere Kommunikation und damit auch unser Leben rasant.

Ein Beispiel: Sprechen Sie algorithmisch? Nein? Warum nicht? Wenn Sie nach Italien ziehen, lernen Sie doch auch die Sprache, um zu kommunizieren.

Unsere kommunikative Welt funktioniert immer mehr mit Algorithmen. Eine Sprache, die die meisten Menschen weder kennen noch beherrschen.

Doch es ist Fakt: Die Digitalisierung gehört zur Unternehmenskommunikation und muss Berücksichtigung finden. Aus diesem Grund ist es die dringende Aufgabe von Arbeitgebern, ihre Mitarbeiter an die digitalisierte Kommunikation und den richtigen Umgang mit ihr heranzuführen und sie als eine selbstverständliche Kommunikation in den beruflichen Alltag einzubauen und authentisch zu leben.

Das Streben nach Innovation: Innovationsfaktor Mensch.

Die ganze Welt strebt nach immer neuer Innovation, sie ist fester Wirtschaftstreiber. Denn der Mensch ist in der Lage, neue Wirklichkeiten zu schaffen und eigenständig Lösungen anzubieten. Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar: Ohne Kreativität und Fantasie gibt es KEINE Lösungskompetenz. Vor dem Zeitalter der Industrialisierung hat sich niemand vorstellen können, dass wir einmal per WhatsApp chatten oder gar mit Alexa sprechen. Tiere passen sich dem Umweltwandel an und der Mensch wächst mit der Umwelt, die er selbst erschaffen hat. Angst ist hier fehl am Platz. Respekt und Wertschätzung sind gefragt.

Die Verschmelzung von Mensch und Maschine ist dann erfolgreich, wenn sie den Menschen in seinem Handeln und Sein unterstützt – **ohne ihn in Frage zu stellen.**

Kurz: Die Haltung der Menschen muss sich entwickeln, wie wir in Zukunft die Digitalisierung und KI in unser Leben mit einbinden. Wir werden deswegen nicht weniger Mensch sein. Ich persönlich sehe KI als sensibles sowie mächtiges Potential

für uns Menschen, welches es gilt intelligent zu nutzen. Angst ist fehl am Platz. Respekt und Wertschätzung sind gefragt. In den kommenden 10 Jahren, wird jeder seinen eigenen digitalen Assistenten haben. Ein spannender Gedanke.

Die Aufgabe der Politik ist es, die kommenden Gesellschaften frühzeitig mit dem Thema KI in Kontakt zu bringen, um **Angst und Barrieren abzubauen** sowie Chancen und Potentiale zu fördern.

Wichtig ist immer nur der richtige Einsatz, um den entsprechenden Nutzen und Mehrwert zu erzielen. Die Verschmelzung von Mensch und Maschine ist dann erfolgreich, wenn sie den Menschen in seinem Handeln und Sein unterstützt – ohne ihn in Frage zu stellen.

Nicht jeder Job ist bedroht.

Laut einiger Studien sind nach aktuellem Stand bis zu 50 Prozent der aktuellen Arbeitsplätze bedroht von KI-Systemen ersetzt zu werden. Jedoch können nur 5 Prozent der Berufe auch vollständig automatisiert werden. Und dies betrifft auch nicht alle Branchen, denn Menschen

mögen es mit Menschen zu interagieren. Hier kann das Human Branding punkten. Denn im Handwerk oder der Pflege-Branche sind Menschen gefragter als eh und denn je. Aktuell können Roboter den Menschen in bestimmten Bereichen nicht ersetzen. Wie wir im zeitlichen Wandel der Industrie 4.0 schon erleben durften, hat die Automatisierung auch damals wie heute Arbeitsplätze ersetzt.

Natürlich gehen durch Automatisierung Arbeitsplätze verloren. Der Einsatz von Hightech in Unternehmen diese oft wettbewerbsfähiger und schafft somit durch den reinen Wachstum des Unternehmens neue Arbeitsplätze.

Die Aufgabe der Politik ist es, die kommenden Gesellschaften frühzeitig mit dem Thema KI in Kontakt zu bringen, um Angst und Barrieren abzubauen sowie Chancen und Potenziale zu fördern. Gerade die heranwachsende Generation sollte frühestmöglich beginnen mit der digitalen Welt aufzuwachsen. Hier stehen die Politik und Länder in der Handlungspflicht.

INFOKASTEN

Um Innovation und wirtschaftliches Wachstum in Zukunft zu garantieren, ist es die Aufgabe der Politik und Unternehmen in Forschung und Entwicklung zu investieren.

Fazit: Fassen wir zusammen.

In Zeiten der Digitalisierung und KI gewinnen das Human Potential und das Thema Individualisierung einen immer höheren Stellenwert. Nutzen Sie diese großartige Chance zu Ihrem Vorteil und machen Sie sich bewusst – der Mensch ist Erfolgs- und Innovationsfaktor NR.1. Als produzierendes Unternehmen darf der technische Fortschritt daher zwar nicht missachtet werden, jedoch machen die Individualität und das Human Branding, welches aus dem Human Potential resultiert, in vielen Fällen den kaufentscheidenden Unterschied.

Die meiste Value-Creation durch KI wird unter anderem im Bereich Supply-Chain stattfinden. Daher ist es wichtig in dieser Branche das Human Potential weiter zu fördern.

Generell ist es aber branchenunabhängig wichtig den Menschen wieder mehr in den Fokus zu rücken. Denn gerade in Branchen in denen viel mit und für Menschen gearbeitet wird, darf es wieder mehr „menscheln“. Mit dem Ziel, dass damit auch das Human Potential gefördert wird und sich positiv auf die Unternehmensentwicklung auswirkt. Der Mensch bleibt Erfolgs- und Innovationsfaktor Nummer 1.

Gut zu wissen:

- Künstliche Intelligenz ersetzt alte und schafft neue Arbeitsplätze.
- Durch die Automatisierung kann sich der Mensch wieder mehr auf seine Individualität konzentrieren.
- Die Politik muss einen innovationsfreundlichen Rahmen schaffen.



TOP
EXPERTE



Die wichtigen Experten
im D/A/CH-Gebiet

—2020—

ERFOLG
DAS LESEN ERFOLGREICHE magazin



NADINEDLOUHY.COM