ENTSCHEIDUNGSHILFE FÜR DIE GESCHÄFTSLEITUNG

Wie wichtig ist KI in Ihrem Unternehmen wirklich?



Christian Niebisch
Head of AI
KI-Automatisierung Marketing, Vertrieb und Geschäftsprozesse

Meine Onlinebewerbung unter
mrpetzai.de/head-of-ai.html

Die meisten Geschäftsführer beantworten diese Frage mit „Wir nutzen KI." Gemeint ist: Jemand im Haus hat ChatGPT oder Copilot offen. Das ist keine KI-Nutzung, das ist ein freigeschaltetes Werkzeug. Der Unterschied entscheidet darüber, ob Ihr Unternehmen 2027 schneller arbeitet als heute – oder nur teurere Software hat.

54,5 %
der Unternehmen setzen KI ein – **im Vorjahr waren es 40,9 %.**

20 %
der Beschäftigten nutzen KI regelmäßig. **Zwischen diesen Zahlen liegt Ihr Problem.**

ifo-Konjunkturumfrage, Erhebung Mai 2026, veröffentlicht 05.06.2026. Mittlere Unternehmen liegen mit 47,2 % hinter kleinen Betrieben (51,2 %) und Großunternehmen (67,2 %).

DREI FRAGEN, DIE DEN UNTERSCHIED ZEIGEN

Läuft etwas ohne Zutun?

Ein Ablauf, der von selbst startet und endet – ohne dass jemand ihn anstößt.

Wer setzt die Reihenfolge?

Oder probiert jeder Bereich für sich aus, was ihm begegnet?

Was passiert im Urlaub?

Fährt der Nutzen mit einer Person mit, war es ein Werkzeug.

Auf den folgenden Seiten: was der Unterschied konkret kostet, warum die Verantwortung dafür zu den wichtigsten Rollen der nächsten Jahre zählt – und wie der Einstieg ohne neue Planstelle gelingt.

DER UNTERSCHIED

Ein Werkzeug freigeben ist keine Automatisierung.

Beides klingt nach KI. Nur eines verändert, wie viel Arbeit am Tag liegen bleibt.

WERKZEUG FREIGEGEBEN

Jeder macht etwas anderes

- Ein Text wird schneller geschrieben
- Ergebnis wandert per Copy-und-Paste weiter
- Niemand weiß, wer was womit macht
- Im Urlaub der Person ist der Nutzen weg

STRECKE AUTOMATISIERT

Der Ablauf läuft ohne Zutun

- Anfrage kommt rein und wird abgearbeitet
- Daten landen ohne Umweg am richtigen Ort
- Dokumentiert und wiederholbar
- Läuft nachts und am Wochenende weiter

Marketing und Vertrieb: der größte ungehobene Posten

Kaum ein Bereich lässt sich so weitgehend automatisieren – und kaum einer wird so selten angefasst. Nach der Bitkom-Studie *Marketing im digitalen Wandel* (Februar 2026) halten **84 %** KI für den wichtigsten Einflussfaktor im Marketing. Gleichzeitig nennen **54 %** ausgerechnet die Automatisierung von Marketingprozessen als ihre größte interne Herausforderung, **35 %** haben überhaupt keine KI-Strategie.

Anfragen und Angebote
Erfassen, qualifizieren, vorbereiten, nachfassen.

Kundendaten im CRM
Anreichern, entdoppeln, Wiedervorlagen setzen.

Inhalte und Strecken
Recherche bis Auswertung als ein Ablauf.

39,8 % im Baugewerbe – vor drei Jahren waren es 7,1 %. Auch die Branchen, die als letzte gelten, holen gerade auf. Der Abstand entsteht nicht mehr zwischen Branchen, sondern zwischen einzelnen Häusern.

Wie das im Alltag aussieht

Eine Anfrage kommt über das Kontaktformular. Heute liest sie jemand, legt einen Kontakt an, sucht die passenden Unterlagen zusammen, schreibt zurück und notiert sich eine Wiedervorlage. Das sind vier bis sechs Handgriffe, mehrmals am Tag, verteilt auf zwei bis drei Programme.

EINGANG	ANTWORT	ABLAGE	NACHFASSEN
Anfrage wird erfasst und zugeordnet	Passender Text und Unterlagen gehen raus	Alles steht im CRM, ohne Nachtragen	Wiedervorlage läuft von allein

Es ist derselbe Vorgang, nur einmal gebaut statt jeden Tag von Hand. Der Unterschied liegt nicht in der Geschwindigkeit einer einzelnen Antwort, sondern in der Zahl der Vorgänge, die abends nicht mehr offen sind.

Quellen: ifo Institut, Konjunkturumfrage Mai 2026 · Bitkom, „Marketing im digitalen Wandel", Februar 2026 (n = 180)

DIE ROLLE

Head of AI – eine der wichtigsten Stellen der nächsten Jahre.

Wer heute festlegt, wie KI im Haus eingesetzt wird, entscheidet über die Arbeitsweise der nächsten Jahre. Aufschlussreich ist, was in den Unternehmen passiert, die diese Verantwortung bereits vergeben haben.

52 %
tragen die Gesamtverantwortung

59 %
haben dafür ein eigenes Budget

„Viele Unternehmen haben verstanden, dass KI relevant ist. Aber Relevanz ersetzt kein Mandat."

NEXperts KI-Manager-Kompass 2026 · 110 Fachleute, zwölf Tiefeninterviews

Entscheidend ist selten die Person und fast nie das Budget – entscheidend ist der Zuschnitt. Wird KI als Zusatzaufgabe an jemanden gehängt, der ohnehin ausgelastet ist, ohne Mandat und quer zu vier Abteilungen, passiert entweder nichts, oder jeder Bereich baut sich seine eigene Insel. **Beides ist teurer als eine klar zugeschnittene Verantwortung.**

Was diese Rolle nicht ist

Keine zweite Marketingleitung

Die Fachbereiche behalten ihre Themen und ihre Entscheidungen. Wer heute für Marketing oder Vertrieb verantwortlich ist, bleibt es – nur mit weniger Kleinarbeit im Tag. Automatisierte Abläufe machen die Bereichsleitung nicht überflüssig, sie geben ihr die Zeit zurück, für die sie eingestellt wurde.

Kein IT-Projekt

KI landet in vielen Häusern reflexhaft bei der IT. Dort sitzt aber weder das Wissen über die Marketing- und Vertriebsabläufe noch die Zeit dafür. Die IT wird gebraucht – für Schnittstellen, Datenschutz und Betrieb. Den Ablauf selbst muss jemand bauen, der ihn kennt.

Worauf es beim Zuschnitt ankommt

1. **Auftrag von oben.** Die Verantwortung sitzt bei der Geschäftsleitung, nicht in einer Abteilung – sonst endet jede Entscheidung in einer Abstimmungsrunde.

2. **Ein Ablauf zuerst.** Nicht die KI-Strategie, sondern der eine Vorgang, der jede Woche am meisten Zeit frisst. Daran zeigt sich, ob die Sache trägt.

3. **Klein anfangen.** Stunden statt Planstelle. Über eine feste Rolle entscheiden Sie später – mit der Erfahrung aus dem eigenen Haus.

Quelle: NEXperts KI-Manager-Kompass 2026

DER VORSCHLAG

Zwei Tage in der Woche, keine Planstelle.

Der Einstieg braucht kein Stellenprofil und keinen Beschluss über eine neue Position. Er braucht einen umrissenen Auftrag und die Zeit, ihn zu erfüllen. Sie sehen an einem echten Ablauf aus Ihrem eigenen Haus, was die Sache bringt, bevor Sie über eine feste Rolle entscheiden.

16 Stunden pro Woche

Zwei feste Tage in der Woche, rund **60 Stunden im Monat**. Genug, um Abläufe zu bauen, die tragen – und wenig genug, dass die Entscheidung keine Planstelle voraussetzt.

WAS DARAUS ENTSTEHT

Erster Monat

Ein Ablauf läuft. Der Vorgang, der die meiste Zeit frisst – gebaut und übergeben.

Nach drei Monaten

Eine Strecke steht. Marketing oder Vertrieb durchgehend, mit Auswertung.

Danach

Eine Linie entsteht. Regeln, Datenschutz und eine Roadmap für die Bereiche.

Was Sie davon haben

Zeit, die zurückkommt. Was sich wiederholt und heute von Hand läuft, läuft nächste Woche von selbst.

Nichts geht verloren. Anfragen, Rückrufe und Wiedervorlagen werden abgearbeitet – auch wenn es voll ist.

Ein Vorsprung, der bleibt. Wer die Abläufe jetzt baut, schafft in zwei Jahren mit derselben Mannschaft mehr.

Diese Broschüre ist mit KI erstellt – Recherche, Text und Satz aus derselben Werkzeugkette, die ich in Unternehmen einbaue. Die Zahlen stammen aus den genannten Studien und sind von Hand geprüft.

Christian Niebisch

Head of AI · KI-Automatisierung Marketing, Vertrieb und Geschäftsprozesse
Hauptstraße 50 · 56414 Hundsangen
0155 62511169 · christian.niebisch@mrpetzai.de

Meine Onlinebewerbung unter:
mrpetzai.de/head-of-ai.html