



© Martina Berger

Trio

Jörg Wollmann
(Managing
Director/Partner
Team Farner),
Stefan Sengl
(Partner Team
Farner), Jürgen
Gangoly (Ma-
naging Director/
Partner Team
Farner).

– von denen die besten dann digital geschaltet wurden. „Dieser Aufwand wäre früher schon alleine technisch viel zu komplex und unleistbar gewesen“, so Gangoly und Sengl unisono.

Mensch bleibt wichtig

Bei all den neuen Möglichkeiten, die sich durch KI ergeben, ist Sengl aber davon überzeugt, dass zwei Dinge durch Künstliche Intelligenz nicht ersetzt werden können.

ratungsansatz“, ergänzt Stefan Sengl.

Mit der Größe der Unternehmen steige dabei vor allem die technische Komplexität der KI-Beratung. Hier habe Skills|Team Farner den Vorteil, nicht nur über die erforderlichen Prozess- und Beratungskompetenz zu verfügen, sondern nötigenfalls auch das komplette Know-how zur technischen Umsetzungen

mitzubringen – in enger Kooperation mit Datenwerk|Team Farner in Wien und zahlreichen Kollegen aus der Schweiz, so Sengl. „Die Phase des Experimentierens und Ausprobierens ist in vielen Unternehmen längst vorbei. Inzwischen geht es darum, zu schauen, wie man die KI ganz konkret in den eigenen Alltag und die eigenen Prozesse integriert.“

Allgemein spricht Sengl davon, dass es dabei oft einen Konflikt zwischen den „Neugierigen“, die vor allem die Chancen und Potenziale heben wollen, und den „Vorsichtigen“ gäbe, die vor allem die Risiken und Sicherheitsaspekte im Blick haben: „Beide Seiten müssen mit der gleichen Sorgfalt berücksichtigt werden, wenn man eine ausgewogene und nachhaltige KI-Strategie verfolgen möchte.“

Gelebte Beratungsleistung

Bei Skills|Team Farner rede man aber nicht nur mit Kunden über all das, sondern implementiere KI-Anwendungen selbstverständlich auch intern, so die

beiden. So habe die Agenturengruppe inzwischen ein eigenes KI-Tool zur Analyse und Wirkungsprognose grafischer Entwürfe im Einsatz.

„Designtests mittels Eyetracking sind zwangsläufig teuer und zeitaufwendig, doch heute ist es möglich, dank KI-basierender Vorhersagemodelle vergleichbare Analysen schnell und vor allem kostengünstig zu produzieren“, so Sengl.

Positiver Nebeneffekt: Solche Analysen sind damit bei jedem Kundenbudget drinnen, was ein klarer Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern sei.

Neue Produkte mit KI

Apropos Design: Dank KI würden auch gänzlich neue Produkte entstehen, zum Beispiel AI-generierte Corporate-Bildwelten oder Kampagnen mit nahezu unendlich vielen Sujets. So hat Team Farner für die Schweizer Tourismusdestination Arosa eine crowdbasierte Kampagne entwickelt, bei der die Userinnen und User mittels KI Abertausende Werbesujets entwickelten

”

Es geht dabei nicht nur um Technik, sondern um Wissensmanagement, um den Aufbau von Kompetenz und den Austausch von Erfahrungen im Unternehmen.

Jürgen Gangoly

“

„Bei der Kreation von etwas wirklich Neuem und in ethischen Fragen wird man ohne echte Menschen nicht auskommen können“ – wobei er gleich ergänzt: „Zumindest für den Rest meines Berufslebens“ (lacht), so die Prognose des Kommunikationsexperten, wenn es um die Fähigkeiten von KI in der Zukunft geht.

”

Bei der Kreation von etwas wirklich Neuem und in ethischen Fragen wird man ohne echte Menschen nicht auskommen können.

Stefan Sengl

“