

Künstliche Intelligenz

Was wir mit der Session anstreben

Die Bedürfnisse unserer Kunden erfordern heute wie morgen eine stärkere Vernetzung und Integration unserer Leistungen und Produkte als BKW. In der Session *Focus on Customers* wollen wir uns gemeinsam der Frage annähern, was wir dafür tun müssen, was wir von bereits bestehenden guten Beispielen lernen können und wie wir aktuelle Herausforderungen angehen können.

Entlang von praktischen Beispielen aus allen Geschäftsbereichen werden wir verschiedene Dimensionen der Kundenzentrierung beleuchten und bearbeiten. Die gesammelten Erkenntnisse tragen wir zum Abschluss des BKW Summit zusammen.

Executive Summary

Künstliche Intelligenz bietet die Chance, Kundenbedürfnisse nicht nur zu analysieren, sondern zukünftige Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und darauf basierend strategische Weichen zu stellen. Diese Session zeigt auf, wie KI als werkzeuggestützter Hebel genutzt werden kann, um:

- Zukünftige Kundenbedürfnisse durch Szenarien und Strategic-Foresight-Analysen zu antizipieren
- Capability-Gaps in der BKW zu identifizieren, die für die Umsetzung dieser Bedürfnisse notwendig sind
- Synergien und Low-Hanging Fruits zu erkennen, die geschäftsbereichsübergreifend genutzt werden können

So wird KI zur Ermöglicherin für eine proaktive, zukunftsgerichtete Kundenorientierung.

Wer den Case präsentiert



Raffael Hilber

Head of AI & Innovation

Hintergründe

Künstliche Intelligenz bietet in nahezu allen Bereichen der BKW Potenziale zur Effizienzsteigerung, Qualitätsverbesserung und Kundennutzen. Entsprechend hoch ist der Ideenstrom – intern wie extern. Kunden formulieren konkrete Wünsche, im Sinne der Kundenzentrierung läge es nahe, diese schnell mit Einzellösungen zu bedienen.

Gerade im Bereich KI zeigt sich jedoch: Nicht immer ist die naheliegende Lösung die sinnvollste. Aufgrund der rasanten, exponentiellen Entwicklung digitaler Technologien kann es kontraproduktiv sein, kurzfristige Einzellösungen zu verfolgen. Stattdessen lohnt sich häufig ein umfassenderer, systemischer Ansatz mit langfristiger Wirkung.

Zur Schaffung einer langfristigen Orientierung bieten sich Strategic Foresight-Fähigkeiten, -Mindset und -Methodik an. Diese Ansätze basieren auf der Idee, durchaus ambitionierte, zukünftige Zielvorstellung und -szenarien zu entwickeln – und von dort rückwärtszudenken. Ziel ist es, nicht nur das aktuelle Bedürfnis zu adressieren, sondern die darunterliegende Herausforderung zu verstehen und in einen grösseren strategischen Zusammenhang zu setzen. Künstliche Intelligenz ist dabei nicht nur Thema, sondern auch Tool. Sie kann helfen, Zukunftsszenarien zu erarbeiten und aus ihnen Konsequenzen abzuleiten.

Die Herausforderung liegt in der Balance zwischen kurzfristiger Bedürfnisbefriedigung und langfristiger strategischer Wirkung. Diese Spannung betrifft nicht nur die Technologieentwicklung, sondern auch die Führung: Es gilt, Erwartungen zu steuern, Prioritäten richtig zu setzen – und auch mal bewusst nicht das zu liefern, was auf den ersten Blick gewünscht wird.

Welche Fragen sich daraus für uns als Führungsteam ergeben, die wir in der Session bearbeiten werden



Wie können wir Strategic Foresight & KI nutzen, um zukünftige **Kundenbedürfnisse** zu **antizipieren** um damit **umfassendere, systemische Ansätze** mit **langfristiger Wirkung** gegenüber **kurzfristigen Einzellösungen** zu fördern?



Welche **Fähigkeiten** und **Kompetenzen** müssen wir in der BKW aufbauen, um diese Bedürfnisse zu erfüllen?



Wie und wo können wir aus einer Konsolidierung dieser Erkenntnisse **Synergien identifizieren**, die sich geschäftsbereichsübergreifend zeigen und die uns die helfen, **schneller** und **effizienter zu handeln**?