

Nach AI:

**Neue Impulse für Daten,
Erkenntnisse und Maßnahmen**



Ein Ratgeber zu den Trends für 2025

Qlik®

Vorwort

Die Geschichte lehrt uns, dass jeder Paradigmenwechsel mit verheißungsvollen Chancen und unbeabsichtigten Risiken einhergeht.

Das Auto brachte Freiheit, aber auch Zersiedelung, die Erfindung des Kunststoffs ermöglichte viele Produkte, beschleunigte jedoch die Umweltverschmutzung, und die sozialen Medien können uns zwar vernetzen und mobilisieren, verursachen aber auch psychische Probleme.

Über Artificial Intelligence wird weiterhin hitzig diskutiert. Technikoptimisten glauben, dass sie das Potenzial hat, unser Leben positiv zu verändern. Technikpessimisten hingegen fürchten die unbeabsichtigten Folgen von AI und ihre Auswirkungen auf die Menschheit. Wie können wir sicher sein, wie können selbst die Experten sicher sein, wenn sich die Technologie so schnell weiterentwickelt, dass man schon nach einer Woche der Unaufmerksamkeit den Anschluss verliert?

Eines ist klar: AI verändert Gesellschaft und Wirtschaft von Grund auf. Als führende Anbieter im Bereich Daten und Analysen gestalten wir den heutigen und zukünftigen Einsatz von AI maßgeblich mit. Doch wir können nicht warten, bis sich die Technikexperten geeignet haben, denn unsere heutigen Entscheidungen bestimmen, ob AI ihr Potenzial als positive Kraft entfalten kann oder nicht.

Ein wesentlicher Teil unserer Rolle ist es, neue Trends und die ihnen zugrundeliegenden Themen zu identifizieren. Mit Blick auf 2025 konzentrieren wir uns auf die Themen, die unserer Meinung nach die Diskussion über Daten und die Akzeptanz von AI prägen werden – damit Ihr Unternehmen Entscheidungen treffen kann, die sich langfristig positiv auswirken.



Dan Sommer

Market Intelligence Lead, Qlik

DIE MEINUNG DES AI COUNCIL:

„Artificial Intelligence entwickelt sich rasant: Was vor einigen Jahren selbst für Experten noch wie Science-Fiction klang, ist heute Realität. Die aktuellen Nobelpreise zeigen, dass AI neue Regeln für das aufstellt, was seit Jahrhunderten als Inbegriff menschlicher Genialität gilt: wissenschaftliche Entdeckungen und Innovation. Wer sich auf diese Technologie einlässt, wird künftig die Nase vorn haben. Alle anderen dürften das Nachsehen haben.“

Ich bin optimistisch, was AI als treibende Kraft für positive Transformation anbelangt. AI ist keine Naturgewalt, sondern unsere Schöpfung, und wir müssen sie zu unserem Vorteil gestalten. Maschinen sollen Menschen nicht ersetzen, sondern ihr Potenzial erweitern und Fortschritte bei der Lösung der drängendsten Probleme der Menschheit ermöglichen: von Durchbrüchen in der Medizin, sauberer Energie bis hin zu klimaschonenden Werkstoffen.

Wenn man eine Lehre aus den bisherigen AI-Erfolgen ziehen kann, dann diese: Daten sind meist wichtiger als Algorithmen. Für die Entwicklung vertrauenswürdiger AI kommt es auf Datenqualitätsstandards, Reproduzierbarkeit und eine transparente Datenherkunft an.“



Michael Bronstein

DeepMind Professor of Artificial Intelligence, Universität Oxford und Mitglied des Qlik AI Council

Einführung

Welchen Einfluss hat AI im Jahr 2025?
Um diese **drei Themen** wird es gehen:



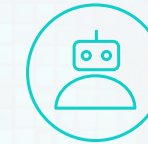
Authentizität

Die explosionsartige Zunahme AI-generierter Inhalte und Daten zwingt Unternehmen, sich neuen Unsicherheiten in puncto Datenauthentizität zu stellen.



Mehrwert

Organisationen, die AI in einen realen Kontext einbetten, Kosten konsequent steuern und auf dialogorientierte Oberflächen umsteigen, werden mit AI einen erheblichen Mehrwert erzielen.



Agenten

Autonome Agenten werden Geschäftsabläufe verändern, doch ihr Erfolg hängt von einer soliden Grundlage aus Business Intelligence, vernetzten Data Fabrics und der Kommunikation zwischen den Agenten ab.



Authentizität



Mehrwert



Agenten

Die drei Themen stehen nicht für sich allein, sondern in Wechselwirkung zueinander. Ohne Authentizität kein Mehrwert. Ohne konkreten Mehrwert keine Bereitstellung der für den Einsatz von Agenten und zur Erschließung ihres enormen Potenzials erforderlichen Ressourcen.

Hinter diesen Themen verbergen sich Trends, die – richtig umgesetzt – positive Impulse setzen und beeinflussen werden, wie Unternehmen 2025 in Artificial Intelligence investieren, sie nutzen und davon profitieren.

Authentizität

Mit allen online verfügbaren Inhalten wurden wahrscheinlich schon AI-Modelle trainiert. Doch seit der Einführung von ChatGPT von OpenAI zeichnen sich zwei Entwicklungen ab.

AI-generierte Inhalte verbreiten sich rasant im Internet. Laut einer Studie sind schätzungsweise 57 % der Online-Inhalte AI-generiert.¹ Amazon wird mit von AI verfassten Büchern überschwemmt, YouTube mit AI-Videos, und Content-Farmen haben Billig-Autoren durch GenAI-Schund ersetzt.

Sollten Large Language Models (LLMs) weiterhin mit frei verfügbaren Daten trainiert werden, könnten diese Daten selbst AI-generiert sein.

Das wird umso wahrscheinlicher, je mehr Unternehmen Informationen aus dem öffentlichen Bereich entfernen – auch dies eine unbeabsichtigte Folge des AI-Booms. Der Zugriff ohne Authentifizierung wird immer stärker begrenzt, sodass ohne Registrierung immer weniger hochwertige Inhalte frei verfügbar sind. Verlage und Autoren verklagen OpenAI, und geschlossene Plattformen wie Medium und Substack

freuen sich über einen Zustrom an kreativen Köpfen. YouTube hat es normalen Nutzern unmöglich gemacht, Videos zu transkribieren. Ein MIT-Forschungsteam schätzt, dass 25 % der Daten aus den hochwertigsten Quellen, die in drei häufig verwendeten Trainingssätzen enthalten sind, entfernt wurden.²

Folge ist eine Authentizitätskrise, die die Qualität von LLMs und letztlich das Vertrauen in die Modelle untergräbt. Die Weiterentwicklung von Modellen ohne urheberrechtlich geschütztes Material wird schwierig. Bei der Suche nach authentischen Daten für das AI-Training geraten daher Ihre Unternehmensdaten ins Visier.

Datenqualität und -authentizität werden immer wichtiger – und die Nachfrage nach Herkunftsbelegen wird sprunghaft steigen.

DIE MEINUNG DES AI COUNCIL:

„Generative AI hat eine Flut hyperrealistischer Inhalte ausgelöst, die die Grenzen zwischen authentisch und künstlich verschwimmen lassen. Das könnte die Integrität von Informationen so weit untergraben, dass das Internet unbrauchbar wird. Dies zuzulassen, käme einer Katastrophe gleich. Der Handel käme zum Erliegen und die Weltwirtschaft würde ins Wanken geraten.“

Ein Modellkollaps tritt ein, wenn ein AI-Modell keine nützlichen oder repräsentativen Inhalte mehr generiert. Deshalb müssen Organisationen Vertrauen aufbauen und ihre Quellen auf Glaubwürdigkeit überprüfen. Nur so lässt sich das sehr reale Risiko eines Modellkollapses bekämpfen. Aus diesem Grund werden authentische Ergebnisse – die auf echten Daten basieren, die von echten Menschen mit echten Perspektiven statt künstlich generiert wurden – in naher Zukunft sehr gefragt sein.“



Dr. Rumman Chowdhury

Gründerin und CEO von Humane Intelligence und Mitglied des Qlik AI Council

¹ <https://arxiv.org/pdf/2401.05749>

² <https://www.dataprovenance.org/consent-in-crisis-paper>

**Unserer
Überzeugung
nach wird
der Bedarf an
Authentizität
2025 von
vier Trends
geprägt.**

T R E N D
01

Vertrauen ist Ihre Datenwährung

T R E N D
02

**Eine gemeinsame Sprache für Ihre
Daten**

T R E N D
03

**Dark Data werden nutzbar und
schaffen Mehrwert**

T R E N D
04

**Qualitätsdaten werden auf Daten-
und AI-Marktplätzen gehandelt**

TREND 01

Vertrauen ist Ihre Datenwährung

Datenqualität ist absolut entscheidend, aber es wird immer schwieriger, sie zu belegen. Bemühungen wie der AI Act, das KI-Gesetz der EU, können helfen, aber es ist noch mehr nötig. Aktuell liegt der Fokus darauf, wie ein Modell erstellt und trainiert wurde, doch wir müssen kenntlich machen können, ob es vertrauenswürdig ist. Ein AI Trust Score wäre ein Filter, den alle Daten durchlaufen müssten, um durch eine nachvollziehbare Herkunft und Historie Vertrauen zu schaffen. Marker im Daten-Profilung werden wichtig, besonders Auffindbarkeit, Genauigkeit, Nutzbarkeit, Aktualität, Sicherheit und Vielfalt.



„Es wäre unmöglich, die führenden AI-Modelle ohne urheberrechtlich geschütztes Material zu trainieren.“

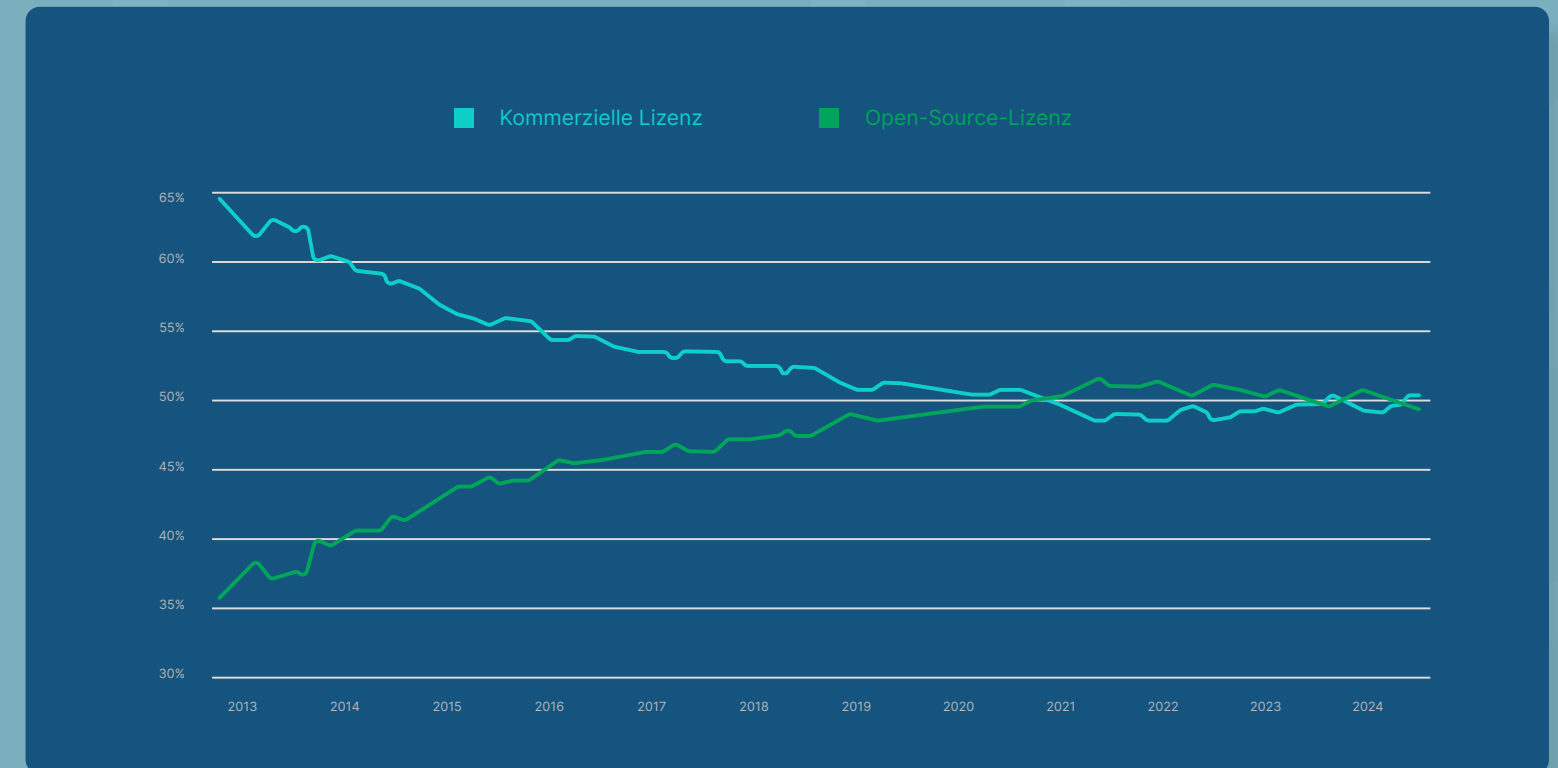


OpenAI

TREND 02

Eine gemeinsame Sprache für Ihre Daten

Die Idee eines Data Lakehouse, das die Vorteile von Data Lakes und Warehouses kombiniert und gleichzeitig verschiedene Anwendungsfälle unterstützt, ist nicht neu. Allerdings bleibt es aufgrund mangelnder Interoperabilität bisher bei der Theorie. Offene Tabellenformate wie Iceberg werden zum modularen Standard, den alle Anbieter akzeptieren. Unternehmen können ihre Daten damit ohne Vendor Lock-in in jedem Speicher organisieren. Dadurch ließen sich wiederum Kosten senken, das Tempo erhöhen und die Governance verbessern. Vor allem aber schafft es Interoperabilität für eine homogene Sicht auf die Daten. So entsteht branchenweit eine einheitliche Sprache, die Organisationen zur Authentizität verhilft.



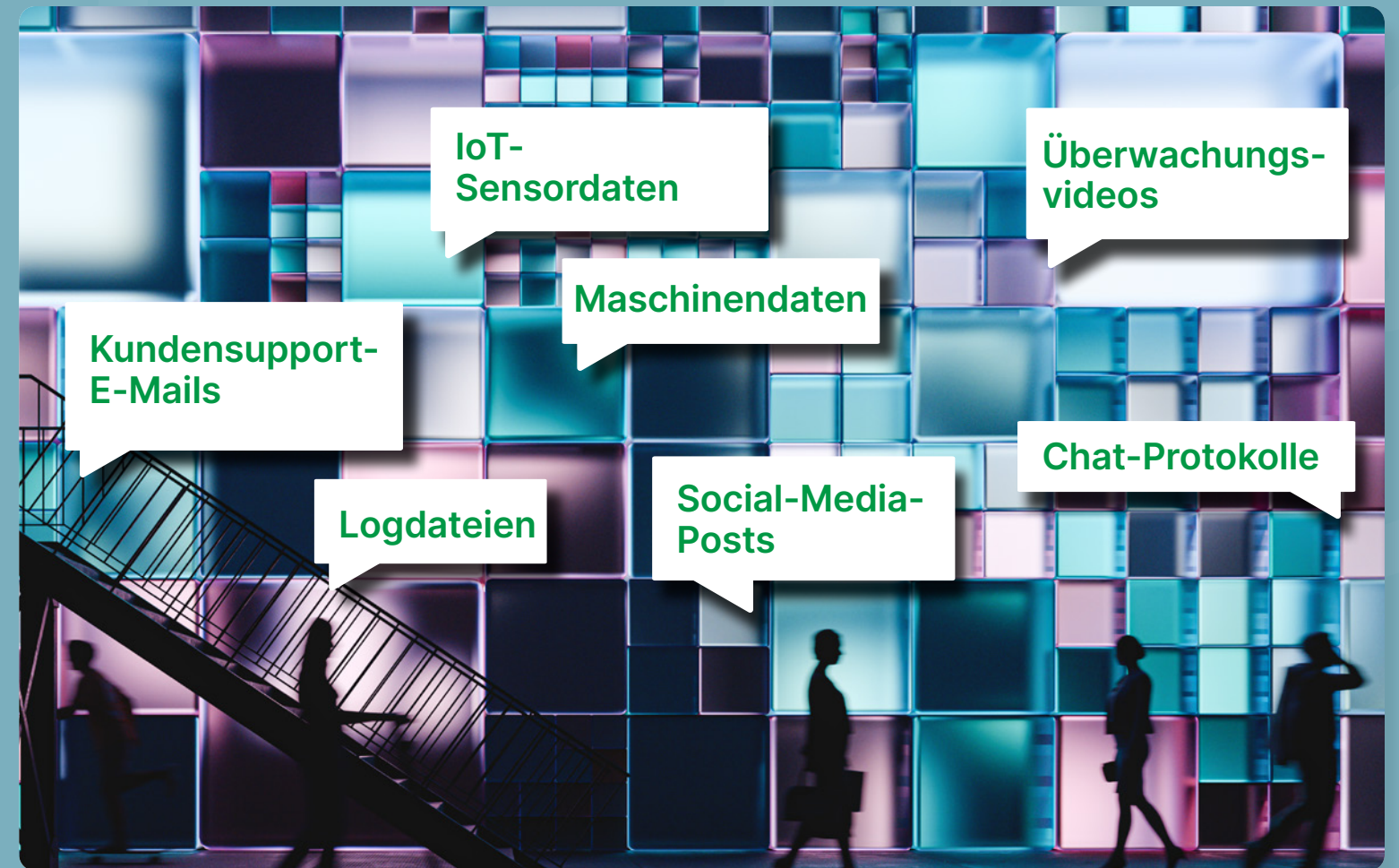
https://db-engines.com/en/ranking_osvsc

Eine branchenweit einheitliche Sprache verhilft Organisationen zu Authentizität.

TREND 03

Dark Data werden nutzbar und schaffen Mehrwert

Als „Dark Data“ werden die zahlreichen Informationen bezeichnet, die Unternehmen zwar erfassen, aber nicht aktiv verwenden oder analysieren, wodurch wertvolle Erkenntnisse verschenkt werden. Dazu gehören unstrukturierte Daten, Chat-Protokolle, ungenutzte Kundeninformationen, Sensordaten, Logdateien und IoT-Daten. Diese wurden bislang vernachlässigt, weil sie multimodal waren, aber diese Ausrede gilt nicht mehr. Der Wettlauf um die Erschließung dieser bislang ungenutzten Daten hat begonnen – sie könnten den Schatz enthalten, nach dem Unternehmen suchen.



Viele Unternehmen unterschätzen den Wert ihrer aus vielen unterschiedlichen Quellen stammenden, ungenutzten Dark Data.

TREND 04

Qualitätsdaten werden auf Daten- und AI-Marktplätzen gehandelt

Mit der steigenden Nachfrage nach authentischen, hochwertigen Daten wächst der Wert privater Informationen. Das ist ein weiterer Anreiz, sie zum Produkt zu machen. Diese Idee findet durchaus Anklang. Laut BARC haben 82 % der Unternehmen das Konzept „Daten als Produkt“ bereits umgesetzt oder planen es.³ Wie jedes Produkt braucht auch dieses einen Marktplatz, auf dem es gehandelt werden kann. Laut Gartner®: „Von derzeit weniger als 5 %, werden bis 2028 40 % der Käufe von AI-Assets – inklusive Modelle und Daten durch Unternehmen – auf AI-Marktplätzen stattfinden.“⁴ Verifizierte, bereichsspezifische, ethische und qualitätsgeprüfte Daten werden dann Gold wert sein. Eine Win-Win-Situation für Unternehmen: Sie sichern sich den Zugang zu neuen, verlässlichen Quellen und profitieren intern wie extern von ihrem eigenen Datenschatz.



aller Einkäufe von AI-Assets
über AI-Marktplätze

„Von derzeit weniger als 5 %, werden bis 2028 40 % der Käufe von AI-Assets – inklusive Modelle und Daten durch Unternehmen – auf AI-Marktplätzen stattfinden.“

- Gartner®

³ BARC-Studie „Data Mesh 24“ n: 147

⁴ Gartner: „Emerging Tech: Innovators for AI Marketplace-as-a-Service Unlocking New Revenue Streams“, von Nick Ingelbrecht, Annette Zimmermann, Kara Batty, Tuong Nguyen, Aakanksha Bansal und John Santoro, 7. Oktober 2024. GARTNER ist eine eingetragene Marke und Dienstleistungsmarke von Gartner, Inc. und/oder dessen Tochtergesellschaften in den USA sowie weltweit und wird hier mit Genehmigung verwendet. Alle Rechte vorbehalten.

Mehrwert

Wir stehen mit AI an einem Scheideweg: Die Menschen haben den Hype satt und wollen Ergebnisse sehen. Auf Makroebene befinden wir uns noch in der Aufbauphase. Ein Großteil der Investitionen fließt derzeit in die Infrastruktur, wie etwa in Chips, die sofort von wenigen Akteuren aufgekauft werden, die sich das leisten können. Außer, dass man jemand anderem zuvorkommt, ist da keine Strategie zu erkennen.

In vielerlei Hinsicht erinnert das an die Anfänge des Internetbooms, als Unternehmen unnötig viel in Infrastruktur investierten. Nach einer Weile wurden Innovationen schließlich günstiger.

Doch die Frage nach dem Nutzen wird sich weiter stellen. „Laut Gartner, Inc. werden bis Ende 2025 mindestens 30 % der GenAI-Projekte nach dem Proof-of-Concept wegen schlechter Datenqualität, unzureichender Risikokontrolle, eskalierenden Kosten oder unklarem Nutzen eingestellt werden.“⁵

In Zukunft liegt der Fokus darauf, einen echten Mehrwert zu schaffen. Durch Infrastruktur allein lässt sich dieser nur schwer belegen. Ihre Vorteile muss man langfristig sehen. **Kurzfristig liegt der Schwerpunkt auf praktischen Anwendungen.**

DIE MEINUNG DES AI COUNCIL:

„Die anfängliche Begeisterung über den Durchbruch von generativer AI ist mittlerweile abgeklungen. Jetzt geht es um ihre praktische Anwendung. Wir sind uns wohl alle einig, dass wir das Potenzial der AI noch nicht voll ausschöpfen, aber wir werden durch Sensibilisierung, Aufklärung und Stewardship im kommenden Jahr darauf hinarbeiten.“

Unternehmen sollten zunächst Markttrends und ihre Anforderungen aufeinander abstimmen, Sie müssen Bedarf und Anforderungen intern bewerten, um AI in den Bereichen einzusetzen, in denen sie wirklich etwas bewegen kann. Denn Chancen gibt es genug. Nehmen wir den akademischen Bereich, der anfangs zögerte, AI zu nutzen. Inzwischen erkennen Wissenschaftler, wie AI sie beim Brainstorming, Schreiben und Forschen unterstützen kann. Dieser Trend wird sich noch verstärken, wenn die Menschen die praktischen Vorteile von AI bei ihrer Arbeit erleben.“



Kelly Forbes

Mitgründerin und Executive Director des AI Asia Pacific Institute und Mitglied des Qlik AI Council

⁵ Gartner-Pressemitteilung: „Gartner Predicts 30% of Generative AI Projects Will Be Abandoned After Proof of Concept By End of 2025“, 29. Juli 2024. <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-07-29-gartner-predicts-30-percent-of-generative-ai-projects-will-be-abandoned-after-proof-of-concept-by-end-of-2025>

Vier Trends könnten dies vorantreiben.

T R E N D
01

**Copiloten brauchen weitere
Kalibrierung**

T R E N D
02

**Nachhaltiger dank Kosten-
Governance**

T R E N D
03

**Kein optimales AI-Framing
ohne Kontext**

T R E N D
04

**Der Dialog mit Daten entwickelt
sich weiter**

TREND 01

Copiloten brauchen weitere Kalibrierung

Copiloten sind nützliche Helfer, um die Effizienz der Anwender zu steigern und Analysen neuen Zielgruppen zugänglich zu machen, die bisher keinen Bezug dazu hatten. Allerdings wird ihr Nutzen zunehmend infrage gestellt, da oft eine saftige Gebühr dafür erhoben wird. Ein Unternehmen stellte sein Copilot-Programm bei einem großen Stack-Anbieter ein, da die Inhalte laut CIO nur „Mittelstufen-niveau“⁶ hatten. Hier kann eindeutig noch mehr getan werden. Copiloten müssen Anwendungsfälle besser verstehen, Anomalien proaktiver erkennen und sich auf die Lösung weniger Probleme fokussieren – dafür mit mehr Tiefe und Relevanz.

⁶<https://www.ciocoverage.com/pharma-company-drops-microsoft-copilot-ai-due-to-high-costs-and-limited-value-sparking-industry-concerns/>



„Trotz des hohen Preises ist die Technologie noch weit davon entfernt, wirklich nützlich zu sein.“



Jim Covello
Head of Stock Research, Goldman Sachs

<https://www.washingtonpost.com/technology/2024/07/24/ai-bubble-big-tech-stocks-goldman-sachs/>

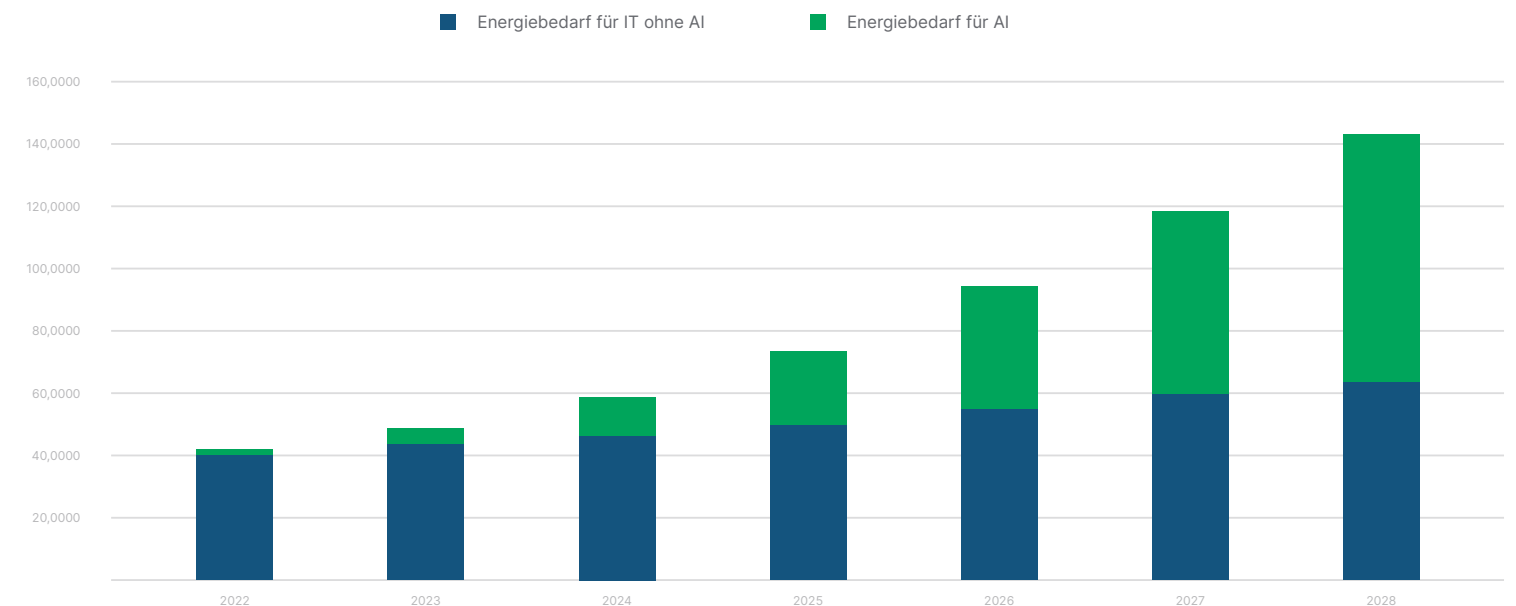
TREND 02

Nachhaltiger dank Kosten-Governance

Der Aufwand für Cloud-Daten erwies sich als viel kostspieliger als erwartet, besonders die direkte Abfrage großer Datenmengen. GenAI-Prompts kosten inzwischen mehr als normale Suchanfragen, da Investitionen in Back-End-Rechenleistung und Chips nötig sind. Diese Kosten werden zunehmend an die Nutzer weitergegeben. Mit neuen Argumentationsmodellen wird sich das noch verstärken und AI wird bis 2027 voraussichtlich mehr Energie verbrauchen als andere IT-Initiativen.⁸ Unternehmen müssen Kosten und Nachhaltigkeitsziele im Blick behalten. Kosten-Governance ist nötig, um Ausgaben zu überwachen, ohne die Nutzung der Modelle einzuschränken. Dazu können Antworten zur Senkung der Abfragemenge gebündelt, Training und Inferenz getrennt, offene Tabellenformate implementiert und kleinere verteilte Modelle für spezielle Aufgaben eingesetzt werden.

⁸ <https://www.semianalysis.com/p/ai-datacenter-energy-dilemma-race>

Energiebedarf für kritische IT in Rechenzentren weltweit (Megawatt – MW)



**Voraussichtlich wird AI bis 2027
mehr Energie verbrauchen als andere
IT-Initiativen.**

Kein optimales AI-Framing ohne Kontext

Dank Intensivierung von RAG und Finetuning wurden große Fortschritte bei der Ergebnisoptimierung erzielt. 2025 bringt weitere Innovationen wie Knowledge Graphs, Ontologien und größere Kontextfenster, die eine Million Token überschreiten. Das AI-Verständnis Ihrer spezifischen Anwendungsfälle wird dadurch verbessert. Doch es gibt keine Pauschalösung: Für präzise Ergebnisse, die echten Mehrwert schaffen, müssen Konzept und Daten zusammenpassen, unabhängig davon, ob diese in Form von Graphen, Vektoren oder relationalen Daten vorliegen.

RAG-CHEATSHEET

	Relational	Graph	Vektor
Semantik			X
Ontologie		X	
Fakten	X		

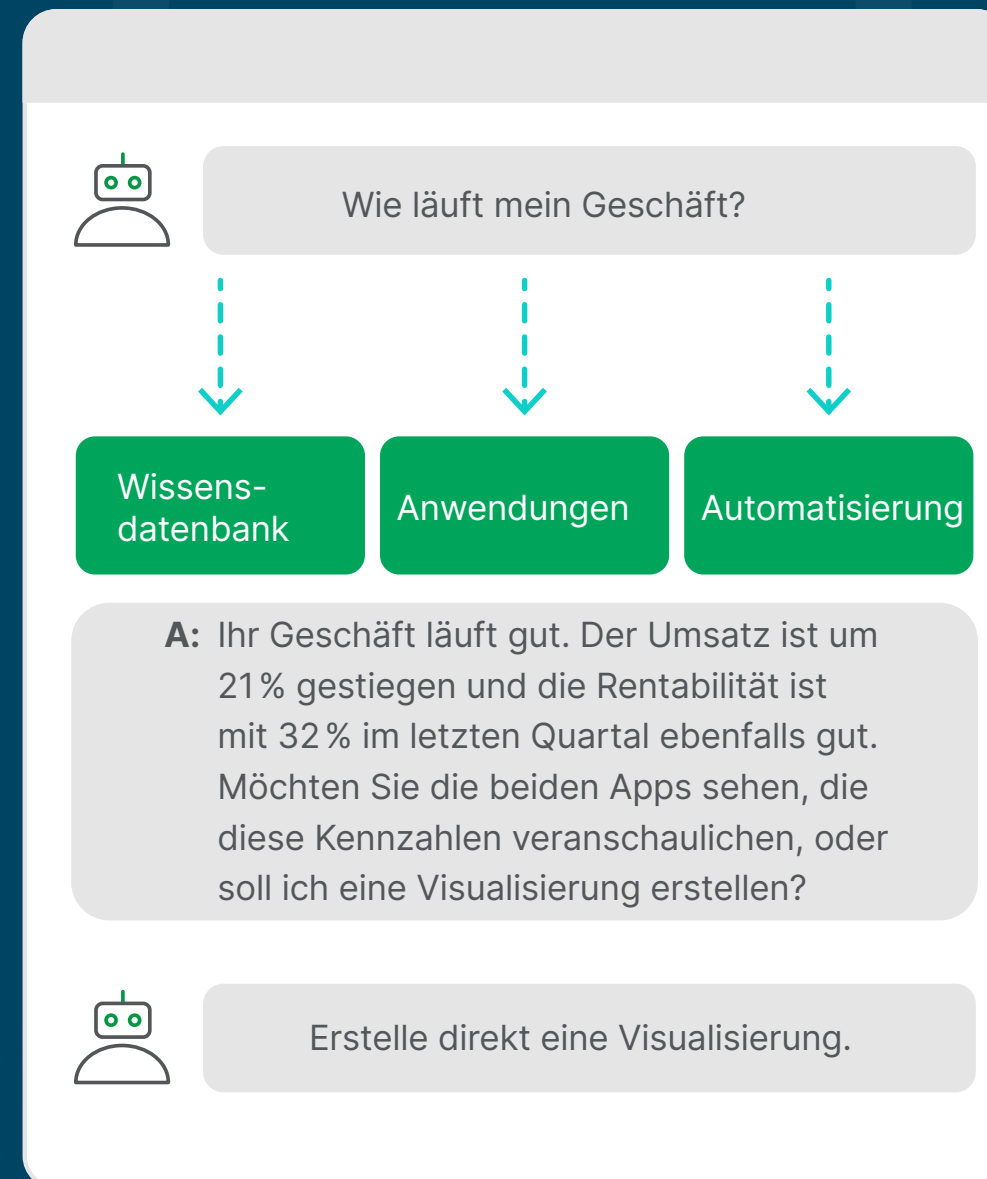
BARC Mastering the Open-Book Test. Why and How Retrieval-Augmented Generation Improves GenAI Outcomes, Oktober 2024

Der richtige Ansatz muss auf die richtigen Daten abgestimmt sein.

TREND 04

Der Dialog mit Daten entwickelt sich weiter

Trotz wiederholter Bemühungen zur Demokratisierung erreichen Analysen selten mehr als 25 bis 30 % der Nutzer. GenAI-gestützte dialogorientierte Oberflächen in Business-Intelligence-Tools können helfen, die übrigen 70 bis 75 % anzusprechen und mehr Mitarbeitern Zugang zu Informationen verschaffen. Es wird zwar auch andere Ansätze geben, aber die Interaktion mit Daten wird zunehmend über diesen Weg erfolgen. Eine gute Benutzeroberfläche verbirgt Komplexität. Sie verknüpft Aufgaben mit den Tools auf der zugrunde liegenden Plattform: Abfragen von Antworten aus einer Wissensdatenbank, Abrufen eines Datenpunkts aus einem Dashboard und Starten von Automatisierungen.



GenAI-gestützte dialogorientierte Oberflächen in Business-Intelligence-Tools können mehr Mitarbeitern Zugang zu Informationen verschaffen.

Agenten

Wir treten nun in das Zeitalter der Agenten-Systeme ein. Bei Bildklassifizierung, visuellem Denken und englischem Sprachverständnis übertrifft AI bereits die menschliche Leistung⁹. Agenten-basierte Systeme, die Aufgaben selbstständig ausführen und auf Feedback reagieren, sind sowohl machbar als auch wichtig, um wirtschaftliches Potenzial zu erschließen.

Das setzt allerdings Datenauthentizität sowie Maßnahmen zum Schutz des Mehrwerts voraus. Dies zusammen bildet die Basis für den erfolgreichen Einsatz von Agenten-Systemen.

Ohne diese Basis werden Unternehmen nicht von immer ausgefeilterer Agenten-Unterstützung profitieren können. Mit umfangreichen Kontextfenstern, verbesserten Chat-Oberflächen, die Funktionen zur Umsetzung von Text in Aktionen enthalten, und optimiertem Reasoning werden Agenten in menschlichem Auftrag Probleme in einem heute noch unvorstellbaren Umfang lösen.

Einsatzmöglichkeiten für Agenten-Systeme gibt es auf Unternehmensebene sowie bei individuellen Anwendungsfällen. Firmen-

Agenten könnten das Gesicht eines Unternehmens bald genauso prägen wie eine Website oder App, während intelligente persönliche Assistenten alle Mitarbeiter bei ihren täglichen Aufgaben unterstützen. Wir sehen bereits, dass sich rollenbasierte Agenten rasant verbreiten – sowohl in branchenspezifischen Bereichen als auch in allgemeineren Feldern wie Programmierung und Kundenservice.

DIE MEINUNG DES AI COUNCIL:

„Ob ich meine, dass Agenten und Multi-Agenten-Architekturen zum De-facto-Standard für die Abwicklung komplexer Workflows werden? Aber sicher! Da diese Art der Intelligenz fast von selbst immer ausgefeilter wird, werden diese Agenten nicht nur zusammenarbeiten, sondern auch konkurrieren, um komplexe Workflows zu übernehmen. Und anders als Menschen werden sie weder krank noch müde.“

Für Unternehmen ist das ungeheuer spannend. Wohl noch nicht nächstes Jahr, aber bis 2030 werden Multi-Agenten-Architekturen nicht revolutionär sein, sondern alltäglich. Alle Unternehmen vom 2-Personen-Startup bis zum Fortune-500-Konzern werden diese Intelligenz nutzen können.“



Nina Schick

Autorin, Beraterin, weltweit führende Expertin für GenAI und Mitglied im Qlik AI Council

⁹ <https://aiindex.stanford.edu/report/>

Vier Trends, die den Rollout von Agenten- Systemen beeinflussen.

T R E N D
01

Multi-Agenten-Architekturen sind auf dem Vormarsch

T R E N D
02

Apps im Agenten-Zeitalter: Kauf, Ausbau, intelligente Entwicklung

T R E N D
03

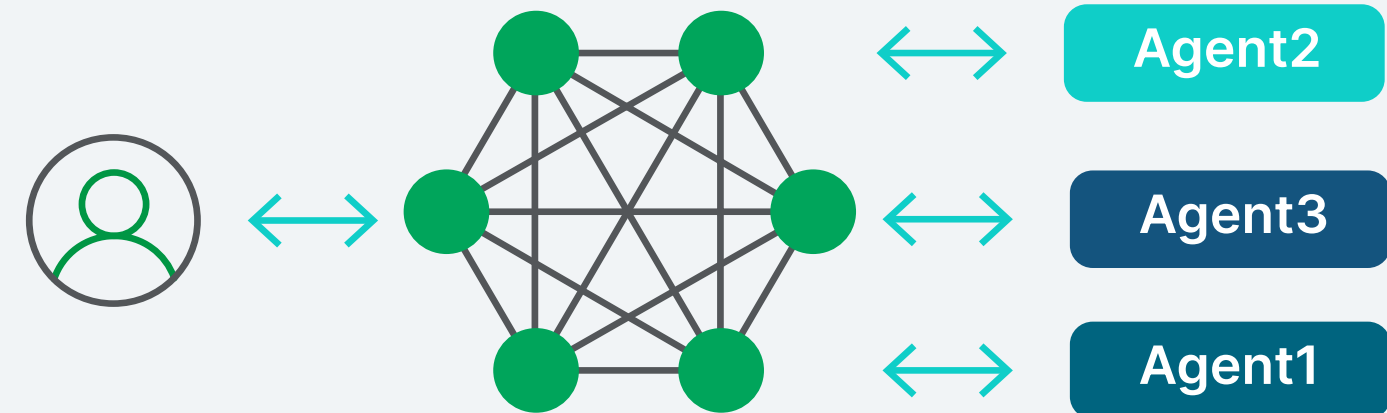
Echtzeit ist unverzichtbar

T R E N D
04

Prozessintelligenz und Automatisierung ermöglichen die Interaktion zwischen Agenten

Multi-Agenten-Architekturen sind auf dem Vormarsch

Genauso wie es konkurrierende Cloud-Umgebungen und AI-Basismodelle gibt, werden auch mehrere Agenten-Architekturen nebeneinander existieren. Interoperabilität und die Vermeidung von Vendor Lock-in sind wichtig, um die Reichweite und den Nutzen von Agenten voll auszuschöpfen. Einige Agenten werden sich für Datenintegration eignen, andere für die Schemabereinigung, Text-zu-SQL-Generierung, Automatisierung oder das Erstellen von Dashboards. Nach und nach werden diese Agenten lernen, miteinander zu interagieren. Doch die Kontrolle und Governance muss der Mensch übernehmen oder zumindest im Auge behalten.



„Nächstes Jahr werden wir riesige Kontextfenster, Agenten und Textaktionen sehen, die bei großflächiger Bereitstellung die Welt in einem Maß beeinflussen werden, das sich heute noch niemand vorstellen kann.“

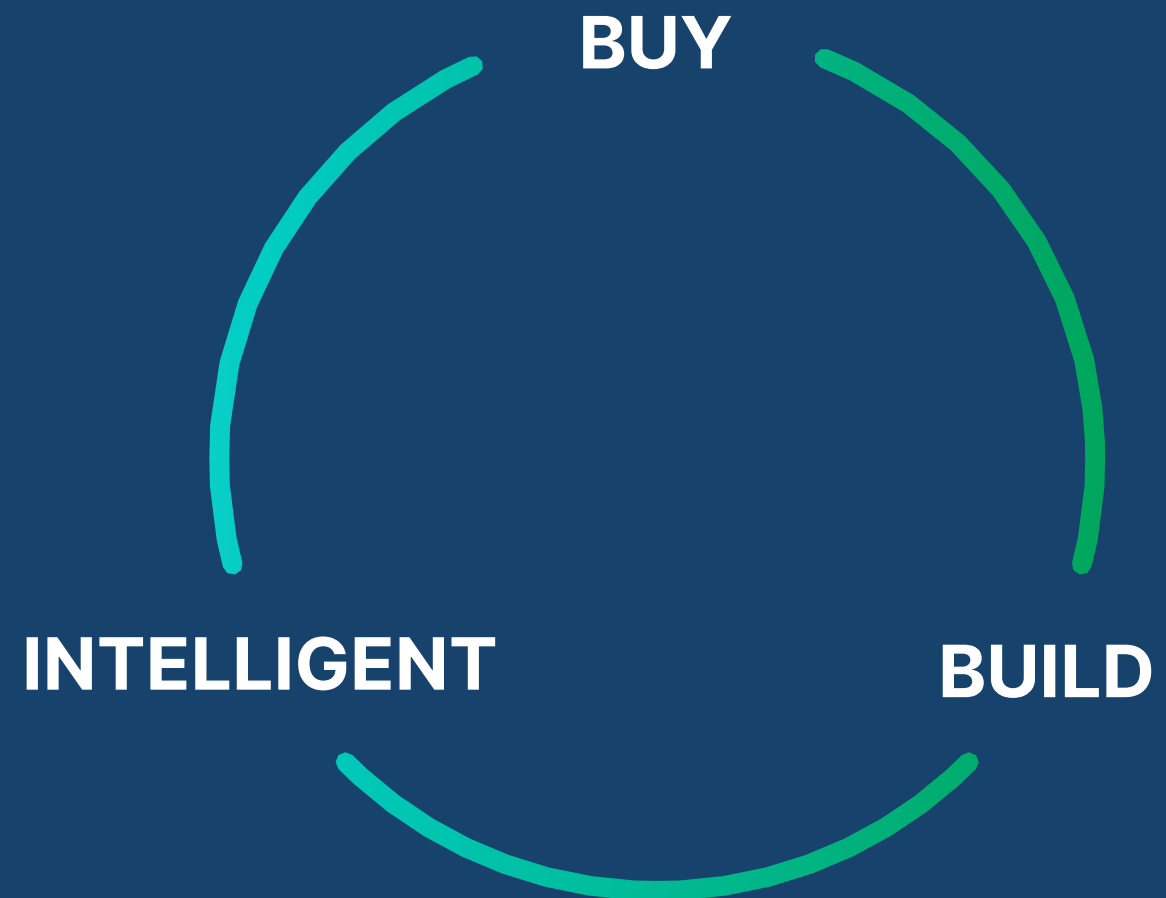


Eric Schmidt
Ehemaliger CEO von Google

TREND 02

Apps im Agenten-Zeitalter: Kauf, Ausbau, intelligente Entwicklung

Eine Welt mit Agenten zwingt uns, Anwendungen neu zu denken. Manchmal werden gar keine Anwendungen gebraucht, da Agenten die gesuchten Antworten direkt liefern. In anderen Fällen bietet sich der Kauf vordefinierter Anwendungen an, etwa für bereichsspezifische Anforderungen. Dank der Kombination aus Text-to-Action-Funktionen, großen Kontextfenstern und Agenten werden wir künftig auch mehr Apps intern entwickeln. Da Anwendungen immer dynamischer und intelligenter werden, passen sie sich unseren wechselnden Anforderungen an und lernen aus neuen Daten, um eine noch besser personalisierte, prädiktive und kontextbezogene Nutzung zu ermöglichen.

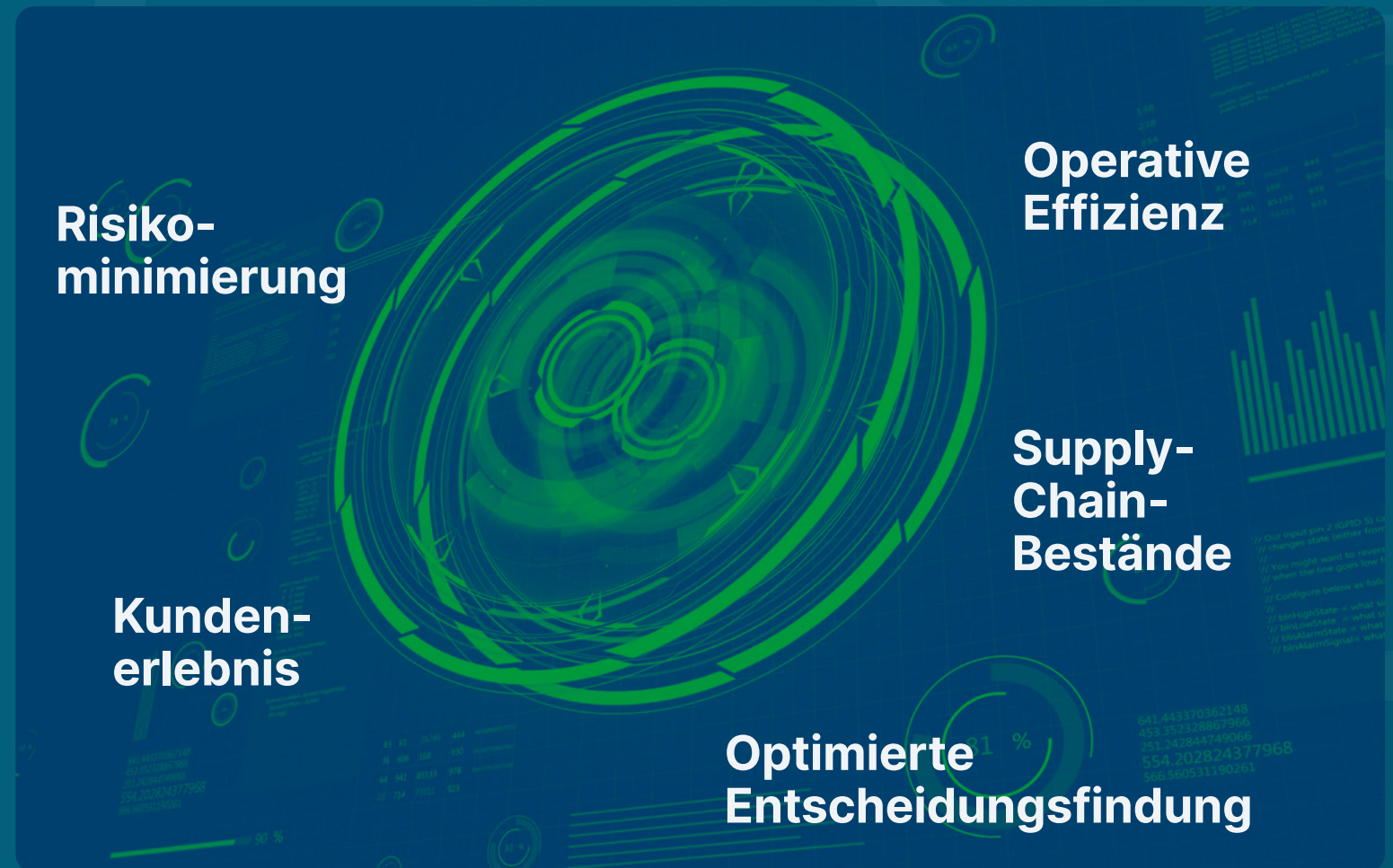


Der Anwendungsmix ändert sich in Richtung Kauf, Ausbau, intelligente Entwicklung

TREND 03

Echtzeit ist unverzichtbar

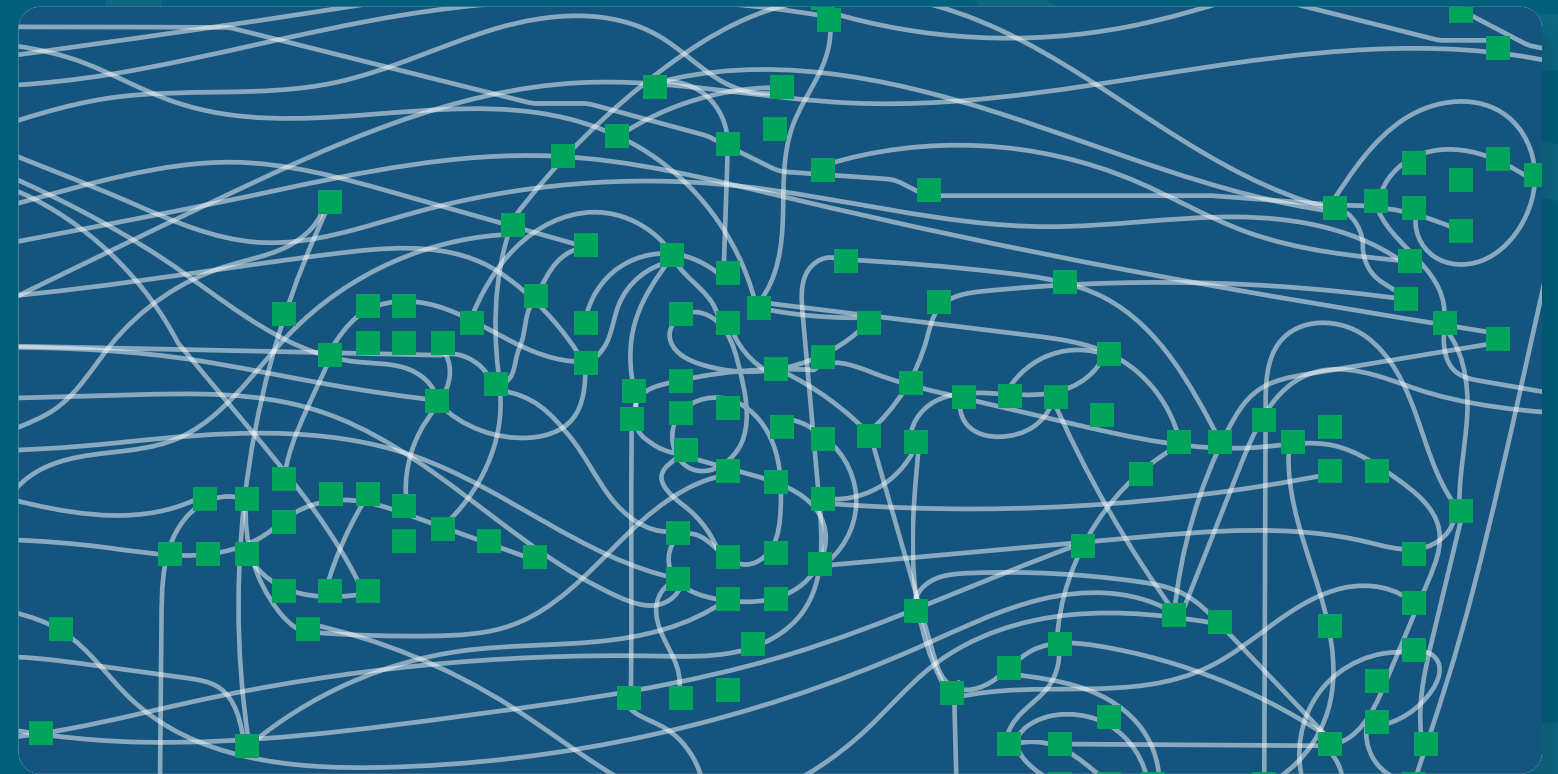
Aktuelle Daten sind für das Vertrauen in Agenten unabdingbar. Ein Kundendienstmitarbeiter kann auf Basis veralteter Bestandsdaten weder entscheiden noch beraten. Echtzeitdaten bieten nicht nur den Vorteil der Unmittelbarkeit, sondern verringern auch das Risiko veralteter, irrelevanter oder fehlerhafter Informationen. Der Bedarf an Echtzeit treibt die Weiterentwicklung von Architekturen voran. Technisch gesehen erreichen wir einen Wendepunkt: Daten lassen sich in Echtzeit erfassen und transformieren und hybride Transaktions- und Analysedaten können am selben Ort gespeichert und verarbeitet werden.



Echtzeitdaten bieten nicht nur den Vorteil der Unmittelbarkeit, sondern verringern auch das Risiko veralteter, irrelevanter oder fehlerhafter Daten.

Prozessintelligenz und Automatisierung ermöglichen die Interaktion zwischen Agenten

Schlechte Prozesse werden durch Automatisierung nicht besser. In einer Welt autonomer Agenten müssen Prozessabläufe nachvollziehbar sein – Spaghetti-Logik ist fehl am Platz. Nutzen Sie Process Mining und Analysen, um Ihre Workflows zu optimieren. Dadurch machen Sie den Weg für Agenten frei. Automatisierungen sind dabei die Transportmittel auf dieser Agenten-Autobahn: Sie verbinden Anwendungen sicher, erleichtern die Kommunikation zwischen Agenten und fördern ihre Interaktionen und Aktionen.



In einer Welt autonomer Agenten müssen Prozessabläufe nachvollziehbar sein. Spaghetti-Logik ist fehl am Platz.

Fazit

Die Zukunft existiert nicht. Sie hängt vielmehr davon ab, dass Sie – als wichtiger Stakeholder – aktiv werden und sie heute gestalten. Auch wenn der Weg manchmal unklar und die Diskussion chaotisch erscheinen mag: Wenn wir AI gezielt auf Daten, Analysen und Aktionen ausrichten, lässt sich großer Mehrwert schaffen.

Nutzen Sie die von uns identifizierten Themen und Trends als Orientierungshilfe auf Ihrem Weg ins Jahr 2025. Denken Sie daran, dass diese nicht isoliert sind, sondern voneinander abhängen. Unternehmen, die Klarheit schaffen wollen, müssen Authentizität stärken, Mehrwert bieten und den Übergang ins Zeitalter der Agenten-Systeme vorantreiben.

Sind Sie bereit? Wir helfen Ihnen, AI erfolgreich einzusetzen.

Mehr erfahren



Über Qlik

Qlik verwandelt komplexe Datenlandschaften in verwertbare Erkenntnisse, die zum Geschäftserfolg beitragen. Mehr als 40.000 Kunden weltweit nutzen unser Portfolio, das für moderne, businesstaugliche AI/ML und durchgängig hohe Datenqualität steht. Unsere Stärken sind Datenintegration und Data Governance und wir bieten umfassende Lösungen, die mit den unterschiedlichsten Datenquellen arbeiten. Intuitive Echtzeitanalysen von Qlik decken verborgene Muster auf und ermöglichen Teams, komplexe Herausforderungen zu meistern und neue Chancen zu nutzen. Unsere praxisnahen und skalierbaren AI/ML-Tools führen schneller zu besseren Entscheidungen. Als strategische Partner verbessern wir mit unserer plattformunabhängigen Technologie und unserem Know-how die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden.

qlik.de

© 2025 QlikTech International AB. Bei allen hier genannten Unternehmenskennzeichen, Namen, Logos, Produkt- und/oder Markennamen, seien sie mit den Symbolen ® oder ™ versehen oder nicht, handelt es sich um Marken der QlikTech Inc. oder ihren Niederlassungen. Alle sonstigen hier genannten Produkte, Dienstleistungen und Unternehmensnamen sind ggf. Marken der jeweiligen Eigentümer und werden als solche anerkannt. Eine Liste der Marken von Qlik finden Sie unter: <https://www.qlik.com/de-de/legal/trademarks>