Vom AI-Pilot zum Agentic Enterprise

Wie Agentic AI und GenAI messbares Wachstum schaffen

adesso

Content

5 | Warum AI-Piloten nicht reichen

6 | Vier Hebel für den Weg zum Agentic Enterprise

12 | Von der AI-Anwendung zum Agentic Enterprise: Drei Branchen, drei Perspektiven

16 | Der Weg zumAgentic Enterprise: Fünf Schritte

20 | Pilotierst du noch, oder skalierst du schon?

21 | 90-Minuten-Potenzialcheck

WER INNOVATION NICHT ALS TEIL DER EIGENEN WERT-SCHÖPFUNG BE-GREIFT, VERLIERT DIFFERENZIE-RUNGSPOTENZIAL, DAS SICH NICHT AUFHOLEN LÄSST.

Warum AI-Piloten nicht reichen

Fast jedes Unternehmen arbeitet inzwischen mit AI. Chatbots im Kundenservice, Copiloten in der Softwareentwicklung, generative Modelle für Content und Analyse. 78 Prozent aller befragten Organisationen weltweit nutzen AI in mindestens einer Geschäftsfunktion, 71 Prozent setzen regelmässig generative AI ein.[1]

Nur: Bei den meisten ist es dabei geblieben. AI wurde eingeführt, um den Anschluss nicht zu verpassen, nicht um ein konkretes Geschäftsziel zu erreichen. Die Tools wurden angeschafft, Piloten aufgesetzt, erste Ergebnisse erzielt. Aber die Frage, wie sich AI in bestehende Arbeitsprozesse, Entscheidungswege und Geschäftsmodelle einfügt, blieb unbeantwortet. AI läuft nebenher, nicht mittendrin. Laut Deloittes Emerging Technology Trends Study setzen nur 11 Prozent der befragten Organisationen agentische Systeme aktiv in der Produktion ein, während 42 Prozent noch an ihrer Strategie arbeiten.[2]

VIELE PROOF OF CONCEPTS, ABER WENIG PROOF OF VALUE.

Die Ursachen liegen dabei selten in der Technologie. Die Modelle funktionieren, und auch die Infrastruktur steht. Was aber fehlt, ist die Übersetzung in den Arbeitsalltag: Wer verantwortet die Entscheidungen eines Agenten? Wie verändert sich ein Prozess, wenn ein Schritt automatisiert wird? Welche Daten müssen wie zugänglich sein?

Gleichzeitig verändern sich die Spielregeln. Kundenbedürfnisse entwickeln sich schneller als die Fähigkeit vieler Organisationen, darauf zu reagieren. Produkte, Services und Kundenerlebnisse werden austauschbar. Wer Innovation nicht als Teil der eigenen Wertschöpfung begreift, verliert Differenzierungspotenzial, das sich nicht aufholen lässt.

Der nächste Entwicklungsschritt heisst Agentic AI. Klassische AI-Modelle reagieren auf Anfragen und liefern Ergebnisse. Agenten gehen weiter: Sie verfolgen eigenständig ein definiertes Ziel, zerlegen komplexe Aufgaben in Teilschritte, greifen auf Systeme und Datenquellen zu, treffen Entscheidungen innerhalb klarer Leitplanken und dokumentieren ihre Handlungen nachvollziehbar. Der entscheidende Unterschied liegt im Autonomiegrad: Agenten planen, handeln und nutzen Werkzeuge, statt auf einen einzelnen Prompt zu antworten.

In Kombination mit generativer AI entsteht daraus eine neue Leistungsfähigkeit. GenAI versteht unstrukturierte Daten, generiert Texte und erkennt Muster. Agentic AI hingegen leitet daraus eigenständig Handlungen ab. Zusammen verschieben sie die Grenze dessen, was automatisiert, skaliert und in Geschäftswert übersetzt werden kann.

Unternehmen, die den Schritt zum Agentic Enterprise gehen, machen Innovation zum Wachstumsmotor. Die folgenden Seiten zeigen, welche Hebel dafür entscheidend sind und wie der Weg dorthin aussieht.

[1] McKinsey, "The State of AI: How organizations are rewiring to capture value", März 2025.
[2] Deloitte, "Agentic AI Strategy", Emerging Technology Trends, Februar 2026.

Vier Hebel für den Weg zum Agentic Enterprise

Die Pilot-Falle hat eine Ursache: AI wird als Einzelinitiative gedacht, nicht als Teil einer übergreifenden Wachstumsstrategie. Unternehmen, die AI erfolgreich skalieren, verfolgen einen anderen Ansatz. Sie setzen nicht auf einzelne Tools oder isolierte Use Cases, sondern auf ein Zusammenspiel aus vier Hebeln, die gemeinsam den Weg zum Agentic Enterprise bilden. Nicht jedes Unternehmen muss alle vier gleichzeitig bedienen, aber jedes sollte wissen, wo es steht.

Was dabei entsteht, ist mehr als ein Technologie-Upgrade. **Das Agentic Enterprise ist eine fundamental andere Organisation.** Eine, die sich über Skills definiert statt über starre Prozesse. Deren Operating Model sich verändert, weil Agenten operative Aufgaben übernehmen und Menschen sich auf Steuerung, Qualität und strategische Entscheidungen konzentrieren.

Das hat Konsequenzen auf allen Ebenen: Auf der Vorstandsebene, wo AI-Strategie zur Chefsache wird. In den Fachbereichen, wo neue Rollen und Verantwortlichkeiten entstehen. Und nach aussen, wo sich Customer Journeys grundlegend verändern, weil Kundinnen und Kunden mit Agenten interagieren statt mit Formularen und Warteschleifen.

1 AI und GenAI als Wachstumstreiber

Der **erste Hebel** ist der offensichtlichste und zugleich der am häufigsten missverstandene. AI wird in vielen Organisationen primär als Effizienzinstrument eingesetzt: Prozesse beschleunigen, Kosten senken, Routineaufgaben automatisieren. Das ist nicht falsch, greift aber zu kurz.

Die Frage, die Unternehmen sich stellen sollten, lautet nicht: Wo können wir mit AI Kosten sparen? Sondern:

WO KÖNNEN WIR MIT AI DINGE TUN, DIE OHNE SIE NICHT MÖGLICH WÄREN?

Effizienzgewinne sind linear. Neue Wertschöpfung ist es nicht.

Ein Versicherer, der Schadenfälle nicht nur schneller bearbeitet, sondern den gesamten Prozess von der Meldung über die Deckungsprüfung bis zur Regulierung autonom steuert, **verändert sein Leistungsversprechen gegenüber Kundinnen und Kunden:** von „Wir bearbeiten Ihren Schaden" zu „Ihr Schaden ist bearbeitet". Eine Bank, deren AI-Agenten Markt- und Unternehmensnachrichten eigenständig auswerten und daraus priorisierte Verkaufschancen im Firmenkreditgeschäft ableiten, verändert ihre Vertriebslogik grundlegend. Einen ersten Schritt in diese Richtung zeigt die **Leadmachine der BayernLB.**

Laut McKinseys Global Survey planen 92 Prozent der befragten Unternehmen, ihre AI-Budgets in den nächsten drei Jahren zu erhöhen.[3] Die entscheidende Frage ist, ob dieses Geld in weitere Piloten fliesst oder in skalierbare Wachstumsinitiativen. **Unternehmen, die AI als Wachstumstreiber ernst nehmen, investieren in klar definierte Use Cases mit messbarem Business Impact** und bauen die organisatorischen Voraussetzungen auf, um diese vom Pilot in den Regelbetrieb zu überführen.

Der Unterschied zwischen Effizienz und Wachstum entscheidet darüber, ob AI eine Kostenstelle bleibt oder zum Umsatztreiber wird.

[3] McKinsey, "The State of AI: Global Survey", November 2025.

Customer Centricity

Technologie allein differenziert nicht. Was differenziert, ist die Fähigkeit, **Kundenbedürfnisse besser zu verstehen und schneller darauf zu reagieren als der Wettbewerb.** In vielen Branchen verschiebt sich der Wettbewerb bereits:

WEG VON PRODUKTMERKMALEN UND PREISEN, HIN ZUR QUALITÄT DES KUNDENERLEBNISSES.

Wer Kundinnen und Kunden das Gefühl gibt, verstanden zu werden, gewinnt. Wer sie durch Formulare, Warteschleifen und Zuständigkeitslogiken schickt, verliert.

Genau hier entfaltet Agentic AI ihren Wert. Agenten, die Kundendaten aus unterschiedlichen Systemen in Echtzeit zusammenführen, Verhaltensmuster erkennen und daraus personalisierte Angebote, Serviceleistungen oder proaktive Empfehlungen ableiten, verschieben die Grenze dessen, was als individueller Service möglich ist. Und zwar in der Breite, über alle Kanäle hinweg, rund um die Uhr.

Ein Energieversorger, der über einen AI-Agenten Vertragsfragen, Zählerstandsmeldungen und Tarifwechsel kanalübergreifend und in natürlicher Sprache abwickelt, reduziert nicht nur Servicekosten. **Er schafft ein Kundenerlebnis, das zum Differenzierungsmerkmal wird.** Wenn dieser Agent zusätzlich aus der Interaktion lernt, proaktiv auf Kundinnen und Kunden zugeht und Angebote auf Basis individueller Verbrauchsmuster unterbreitet, entsteht eine Form von Kundenbindung, die mit klassischen CRM-Ansätzen nicht erreichbar ist.

Customer Centricity ist die strategische Entscheidung, Technologie konsequent vom Kunden her zu denken. Agentic AI macht diese Entscheidung erstmals in der Breite umsetzbar, weil sie personalisierte Interaktion skalierbar macht, ohne dass der Personalaufwand proportional mitwächst.

AI-focused Software

Der **dritte Hebel** wirkt nach innen, hat aber unmittelbare Konsequenzen nach aussen.

SOFTWAREENTWICKLUNG IST IN DEN MEISTEN UNTERNEHMEN EIN ENGPASS:

zu langsam, zu teuer, zu abhängig von knappen Fachkräften. Jede Produktidee, jede Prozessverbesserung, jede neue Schnittstelle steht in der Warteschlange der IT. Unternehmen, die ihre Innovationsgeschwindigkeit erhöhen wollen, kommen an diesem Engpass nicht vorbei.

AI-gestützte Softwareentwicklung verändert diese Gleichung grundlegend. Agenten in Development und Operations übernehmen Code-Analyse, Testing, Dokumentation und zunehmend auch die Generierung von Anwendungslogik. Das Ergebnis ist eine qualitativ andere Art, Software zu bauen: iterativer, näher am Fachbereich, weniger abhängig von einzelnen Expertinnen und Experten.

Konkret: Ein Fachbereich, der heute drei Monate auf ein Feature wartet, kann in einer AI-gestützten Entwicklungsumgebung innerhalb von Tagen einen funktionierenden Prototypen sehen. Ein Entwicklungsteam, das den Grossteil seiner Zeit mit Code-Reviews, Testfallgenerierung und Dokumentation verbringt, kann sich auf Architekturentscheidungen und fachliche Logik konzentrieren, während Agenten die repetitiven Aufgaben übernehmen.

Die Konsequenz für die Wettbewerbsfähigkeit ist direkt: Wer schneller entwickelt, bringt neue Produkte und Services schneller auf den Markt. **Time-to-Market wird vom technischen Constraint zum strategischen Vorteil. In einer Welt, in der sich Kundenbedürfnisse immer schneller verändern, ist Geschwindigkeit in der Produktentwicklung ein Differenzierungsmerkmal.**

4

Digital Sovereign Advisory

Der **vierte Hebel** wird häufig übersehen, weil er weniger greifbar ist als die anderen drei. Aber er ist die Voraussetzung dafür, dass die anderen Hebel langfristig wirken.

DIGITALE SOUVERÄNITÄT BEDEUTET, STRATEGISCHE ABHÄNGIGKEITEN BEWUSST ZU STEUERN:

von einzelnen Hyperscalern, von proprietären Modellen, von Dateninfrastrukturen, die man nicht kontrolliert. In einer Welt, in der AI-Agenten zunehmend operative Entscheidungen treffen und auf geschäftskritische Systeme zugreifen, wird die Frage, wem die Infrastruktur gehört und wer die Regeln setzt, zur strategischen Kernfrage.

Das ist kein abstraktes Risikoszenario. Die regulatorischen Anforderungen an den Einsatz von KI verschärfen sich: Neben dem EU AI Act[4] – der bei einem Bezug zum EU-Markt oder zur Nutzung in der EU relevant werden kann – sind insbesondere das Schweizer Datenschutzgesetz sowie branchen- und anwendungsspezifische Vorgaben zu berücksichtigen. Für Unternehmen in regulierten Branchen wie Finanzdienstleistungen, Versicherungen oder dem öffentlichen Sektor sind Transparenz, Nachvollziehbarkeit und klare Verantwortlichkeiten daher zentral.
Wer agentische Systeme produktiv einsetzen will, braucht eine Architektur, die Compliance, Auditierbarkeit und Kontrolle von Anfang an mitdenkt.

Souveränität ist kein Argument gegen Cloud oder gegen internationale Technologiepartner. Es ist das Argument dafür, Abhängigkeit als bewusste architektonische Entscheidung zu gestalten, statt sie als Nebeneffekt entstehen zu lassen. **Unternehmen, die ihre Agentic-AI-Strategie auf einem souveränen Fundament aufbauen, sichern sich langfristige Handlungsfähigkeit:** die Freiheit, Modelle zu wechseln, Anbieter zu kombinieren und Governance-Anforderungen zu erfüllen, ohne in proprietäre Sackgassen zu geraten.

In der Praxis bedeutet das zum Beispiel: transparente Entscheidungslogiken mit Audit-Trails und Reasoning Logs. Kontrollierte Autonomie mit klaren Risikoklassen für Use Cases. Und Regelwerke, die im Einklang mit EU AI Act, Datenschutz und branchenspezifischen Anforderungen stehen. **Regulatorik wird so zum Wettbewerbsvorteil: Wer überprüfbare AI-Prozesse vorweisen kann, schafft Vertrauen bei Kundinnen und Kunden, Aufsichtsbehörden und Partnern.**

INNOVATION

[4] Verordnung (EU) 2024/1689 des Europäischen Parlaments und des Rates (EU AI Act), August 2024.

Von der AI-Anwendung zum Agentic Enterprise: Drei Branchen, drei Perspektiven

Agentic AI entsteht nicht im luftleeren Raum. Sie baut auf Erfahrungen auf, die Unternehmen bereits heute mit AI-gestützten Lösungen sammeln: mit Conversational AI im Kundenservice, mit generativen Modellen in der Prozessautomatisierung, mit intelligenter Datenanalyse im Vertrieb. Der Unterschied zwischen diesen Lösungen und einer agentischen Architektur liegt im Autonomiegrad, in der Fähigkeit, mehrstufige Aufgaben eigenständig zu planen und auszuführen statt auf einzelne Anfragen zu reagieren.

Die folgenden drei Beispiele zeigen, was heute bereits möglich ist und wo der nächste Schritt ansetzt.

AGENTIC
ENTERPRISE

Versicherung: Vom Sprachassistenten zum autonomen Schadenmanagement

Wenn Kundinnen und Kunden eine Pannenhilfe rufen, befinden sie sich in einer Ausnahmesituation. Die Ansprüche an Geschwindigkeit und Servicequalität sind entsprechend hoch. Für Europ Assistance hat adesso einen digitalen **Sprachassistenten** entwickelt, der genau diesen Moment adressiert: Ein Voicebot auf Basis von Cognigy.AI und Genesys, der Pannenmeldungen in natürlicher Sprache aufnimmt, die relevanten Informationen extrahiert und den Fall direkt im Kernsystem des Versicherers anlegt. Generative AI sorgt dafür, dass der Dialog auch unter schwierigen akustischen Bedingungen funktioniert, etwa bei Strassenlärm oder schlechter Verbindung. Die Lösung ist modular aufgebaut und für weitere Rollouts in anderen Märkten und Geschäftsbereichen konzipiert.[5]

Das Ergebnis: höhere Effizienz in der Verarbeitung, spürbare Kosteneinsparungen durch den hohen Digitalisierungsgrad und ein besseres Kundenerlebnis in einem Moment, in dem es zählt.

Die agentische Perspektive geht einen Schritt weiter. Ein Agent, der den gesamten Schadenprozess eigenständig steuert, würde die Pannenmeldung nicht nur aufnehmen, sondern die Deckungsprüfung durchführen, den passenden Dienstleister beauftragen, den Kostenvoranschlag bewerten und den Fall bis zur Regulierung begleiten. **Der Sprachassistent von heute ist das Interface. Der Agent von morgen übernimmt die Sachbearbeitung. Der Mensch bleibt in der Verantwortung, konzentriert sich aber auf Grenzfälle, Qualitätskontrolle und die Steuerung der Agenten.**

[5] adesso Referenz: Europ Assistance, Digital Roadside Assistance. Projektstart 12/2024, ca. 580 PT. Technologie: Cognigy.AI, Genesys, NLU, Generative AI.

Banking: Von der Leadmachine zur agentischen Wertschöpfung

Im Firmenkreditgeschäft der BayernLB informieren sich Mitarbeitende täglich über ihre Kundinnen und Kunden, um Verkaufschancen zu erkennen und Risiken im Blick zu behalten. Bisher hiess das: manuell Nachrichten durchforsten, Google Alerts mit hoher Falsch-Positiv-Rate auswerten, relevante Informationen händisch den richtigen Konten zuordnen. Ein Prozess, der Zeit frisst und trotzdem lückenhaft bleibt.

adesso hat mit der **Leadmachine** eine Lösung entwickelt, die diesen Prozess automatisiert. Zwei Sprachmodelle extrahieren relevante Informationen aus Nachrichtenartikeln, ordnen sie den passenden Kundinnen und Kunden zu und identifizieren automatisiert Verkaufschancen und Risikosignale. Die Modelle werden täglich evaluiert. Das Frontend basiert auf Microsoft Power Apps, das Backend ist in die Systemumgebung der BayernLB integriert.[6]

Das Ergebnis: deutlich geringerer manueller Aufwand, exaktere Zuordnung, schnellere Prozesse und eine systematische Entdeckung von Geschäftsmöglichkeiten, die vorher im Nachrichtenrauschen untergegangen wären.

Ein Agent, der auf dieser Grundlage aufbaut, würde erkannte Verkaufschancen eigenständig bewerten, passende Ansprachematerialien vorbereiten und dem Relationship Manager einen priorisierten, kontextualisierten Vorschlag liefern. Bei Risikosignalen könnte er automatisiert Monitoring-Workflows anstossen und relevante Stakeholder informieren. **Die Leadmachine liefert die Intelligenz. Ein agentisches System würde daraus Handlung ableiten.**

[6] adesso Referenz: BayernLB, Leadmachine. Laufzeit 06/2023–12/2023, ca. 50 PT. Technologie: Generative AI, LLM, Microsoft Power Apps.

Utilities: Vom Chatbot zur agentischen Kundenplattform

Die Kundinnen und Kunden von Eprimo sind hochgradig digital und erwarten schnelle Rückmeldungen über moderne Kommunikationswege. Gleichzeitig belasten heterogene Tools, Multi-Kanal-Anforderungen und die Steuerung externer Dienstleister den Kundenservice erheblich.

adesso hat für Eprimo eine umfassende **Kundenservice-Plattform** auf Basis der Salesforce Energy & Utilities Cloud aufgebaut. Das System bietet eine 360-Grad-Sicht auf Kundinnen und Kunden, automatisierte Priorisierung und Klassifizierung von Anfragen mit AI-Unterstützung und eine sukzessive ausgebaute Omnichannel-Betreuung per SMS, Chatbot, E-Mail, Hotline und Fax. Der Chatbot "Sophie" fungiert als zusätzlicher Service-Kanal und übergibt bei Bedarf nahtlos an die persönliche Chat-Betreuung.[7]

Das Ergebnis: verbesserte Kundenbindung durch höhere Zufriedenheit, personalisierte Angebote, effizientere Bearbeitung auch bei Spitzenlasten und preisgekrönte Servicequalität, ausgezeichnet von TÜV SÜD, DISQ und Die Welt.

Ein Agent, der auf dieser Plattform aufsetzt, würde Kundenanliegen end-to-end bearbeiten, also Vertragsänderungen, Tarifwechsel oder Zählerstandsmeldungen eigenständig im System durchführen statt sie nur zu erfassen und weiterzuleiten. Er könnte proaktiv auf Kundinnen und Kunden zugehen, etwa bei Tarifoptimierungen auf Basis individueller Verbrauchsmuster, und die Steuerung externer Dienstleister automatisiert übernehmen. **Der Kundenservice entwickelt sich vom reaktiven Kostenfaktor zur proaktiven Kundenbindungsmaschine.**

[7] adesso Referenz: Eprimo, Next Level Kundenservice. Projektstart 08/2018. Technologie: Salesforce E&U Cloud, AWS, IBM Watson, Generative AI.^

Der Weg zum Agentic Enterprise: Fünf Schritte

Die Beispiele aus Versicherung, Banking und Energie zeigen: Der Weg zum Agentic Enterprise beginnt nicht auf der grünen Wiese. Er baut auf dem auf, was bereits da ist, und entwickelt es systematisch weiter. Doch wie gelingt dieser Übergang konkret? Nicht durch ein Grossprojekt, sondern durch einen strukturierten Weg in fünf Schritten.

1

Schritt 1: Status und Potenzial ermitteln

Am Anfang steht **Klarheit über die eigene Ausgangslage.** Wo steht das Unternehmen in Sachen AI-Reife? Welche Prozesse sind bereits digitalisiert, welche Daten liegen in welcher Qualität vor, welche organisatorischen Voraussetzungen existieren?

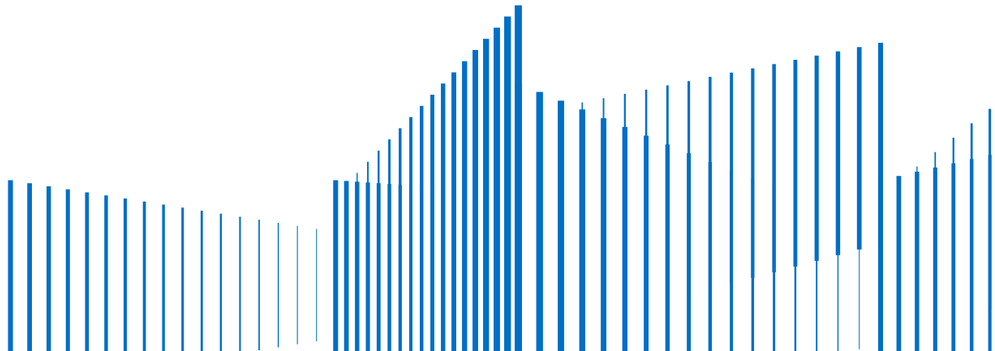
Der adesso GenAI Impact Report liefert hier eine strukturierte Bewertung: Er analysiert AI-Reife, Digitalisierungsgrad, Datenlage und organisatorische Voraussetzungen, identifiziert Quick Wins und übersetzt die Ergebnisse in eine priorisierte Roadmap für die wirkungsvollsten Einsatzfelder. **Das Ergebnis ist kein Strategiepapier für die Schublade, sondern eine belastbare Entscheidungsgrundlage: Wo ist der grösste Hebel, und was braucht es, um ihn zu nutzen?**

2

Schritt 2: Use Cases identifizieren und priorisieren

Nicht jeder Prozess eignet sich für Agentic AI, und nicht jeder geeignete Prozess hat den gleichen Business Impact. Der zweite Schritt besteht darin, **Use Cases entlang der eigenen Wertschöpfungskette zu identifizieren** und nach vier Kriterien zu bewerten: Business Value, Machbarkeit, Datenlage und regulatorisches Risiko.

Der adesso Interaction Room bringt dafür Fachbereiche und IT in einem strukturierten Format zusammen. Ziel ist eine priorisierte Shortlist von ein bis drei Use Cases, die konkret genug sind, um sie als Pilot umzusetzen, und gross genug, um bei Erfolg strategische Wirkung zu entfalten. Die Erfahrung aus Projekten wie der BayernLB Leadmachine oder dem Eprimo-Kundenservice zeigt: **Die besten Use Cases entstehen dort, wo fachliche Expertise und technische Machbarkeit früh zusammenkommen.**

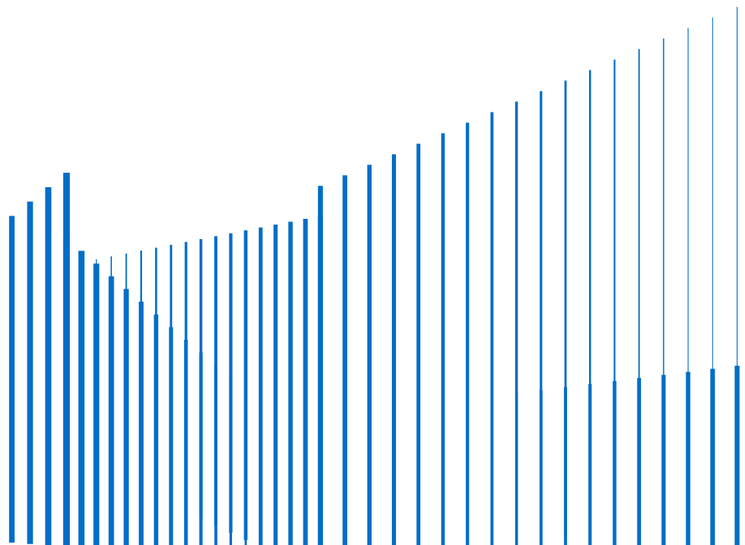


3

Schritt 3: Agentic-ready Architektur und Governance aufbauen

Die meisten Skalierungsprobleme entstehen nicht im Pilot, sondern beim Übergang in den produktiven Betrieb. Wer diesen Übergang schaffen will, braucht drei Dinge: **end-to-end gedachte, agentenfähige Prozesse,** die dokumentiert und in Agentenworkflows übersetzt sind. Smarte, wiederverwendbare Konnektoren zu Bestandssystemen, die sichere Lese- und Schreibzugriffe ermöglichen. Und eine Governance-Struktur, die von Anfang an mitgedacht ist: transparente Entscheidungslogiken, klare Risikoklassen für Use Cases, definierte Eskalationswege und Human-in-the-Loop-Prinzipien dort, wo es regulatorisch oder fachlich geboten ist.

Das adesso AI-Framework bietet hierfür einen standardisierten Rahmen für die AI-Implementierung. Ergänzend steht mit adesso br.AI.n eine souveräne AI-Plattform zur Verfügung, die komplexe Geschäftsprozesse erklärbar automatisiert und Unternehmenswissen sicher handhabt. Sie bringt produktive AI-Lösungen schnell, nachvollziehbar und skalierbar in den Einsatz. Der Grundsatz dabei: Governance by Design, nicht Governance by Default.



4

Schritt 4: Vom Pilot in den produktiven Betrieb skalieren

Ein erfolgreicher Pilot ist kein Beweis dafür, dass ein Use Case in der Produktion funktioniert. Ein Pilot läuft in einer kontrollierten Umgebung, mit kuratierten Daten und einem kleinen Team, das Ausnahmen manuell abfängt. Produktion bedeutet: Volumen, Parallelität, Echtzeitanforderungen, automatisiertes Monitoring.

Der vierte Schritt besteht darin, erfolgreiche Piloten mit klaren KPIs zu bewerten, sie in eine skalierbare Plattform mit wiederverwendbaren Bausteinen zu überführen und einen Agentenlebenszyklus zu etablieren, der von der Idee bis zum laufenden Betrieb reicht. Die modulare Architektur der Europ Assistance Lösung zeigt, wie das in der Praxis aussieht: **Von Anfang an für Rollouts in weiteren Märkten und Geschäftsbereichen konzipiert, mit wiederverwendbaren Modulen und standardisierten Integrationsbausteinen.** Wer diesen Schritt nicht strukturiert angeht, bleibt in der Pilot-Falle stecken.

5

Schritt 5: Organisation und Skills befähigen

Agentic AI verändert Rollen. Sachbearbeitende werden zu Agentenmanagerinnen und -managern. Fachbereiche übernehmen Verantwortung für AI-gestützte Workflows. IT-Teams entwickeln sich von Betreibern zu Architekten agentischer Systeme. Dieser Wandel erfordert neue Rollenprofile, Lernpfade und Karrieremodelle. Er erfordert **Change Management, das Mitarbeitende von Anfang an als Beteiligte einbindet. Und er erfordert eine Führungskultur, die AI als Werkzeug versteht, das die eigene Arbeit aufwertet.**

Die adesso Organisationsberatung begleitet diesen Wandel: von der Entwicklung neuer Rollenprofile über Qualifizierungsprogramme für Fachbereiche, IT, Governance und HR bis zu Change-Formaten, die Akzeptanz und Kompetenz bei Mitarbeitenden aufbauen. Der wichtigste Erfolgsfaktor dabei: **Mitarbeitende müssen Agenten als neue Teammitglieder verstehen. Unternehmen, die das schaffen, gewinnen an Effizienz und an Attraktivität als Arbeitgeber in einem Markt, in dem AI-Kompetenz zur Schlüsselqualifikation wird.**

Pilotierst du noch, oder skalierst du schon?

Die Pilot-Phase ist vorbei. Nicht weil Piloten keinen Wert hätten, sondern weil der Wert dort endet, wo die Skalierung beginnt. Unternehmen, die AI als Wachstumshebel nutzen wollen, brauchen den Schritt von der Einzelinitiative zur systematischen Integration: in Prozesse, in die Organisation, in das Kundenerlebnis.

Dieser Schritt ist machbar. Die Technologie ist reif, die Use Cases sind konkret, die Erfahrungswerte aus frühen Implementierungen liegen vor. Was es braucht, ist ein Partner, der Technologie, Fachlichkeit und Organisation zusammendenkt.

adesso begleitet Unternehmen auf diesem Weg. Von der ersten Potenzialanalyse über die Identifikation und Priorisierung von Use Cases bis zur produktiven Implementierung agentischer Systeme. Branchenübergreifend, mit tiefem Domänenwissen zum Beispiel in Versicherung, Banking, Energie und Gesundheitswesen.

90-Minuten-Potenzialcheck

Der Potenzialcheck bringt Klarheit, wo Ihre Organisation auf dem Weg zum Agentic Enterprise steht und wo sich der Einstieg lohnt. In einem kompakten Gespräch schärfen wir zunächst Ihr Zielbild: Welche Geschäftsziele treiben Sie aktuell, und welche Rolle soll AI dabei spielen? Auf Basis ausgewählter Fragen aus dem adesso GenAI Impact Report bewerten wir AI-Reife, Digitalisierungsgrad, Datenlage sowie organisatorische Voraussetzungen und identifizieren die grössten Hebel für Agentic AI.

Diese Erkenntnisse übersetzen wir direkt in ein bis zwei konkrete Use-Case-Kandidaten mit spürbarem Business Impact. Gemeinsam betrachten wir Business Value, Machbarkeit, Datenbasis und regulatorisches Risiko und leiten daraus klare nächste Schritte ab: von der vertieften Potenzialanalyse über einen Interaction Room zur weiteren Use-Case-Entwicklung bis hin zur Planung der skalierbaren Umsetzung.

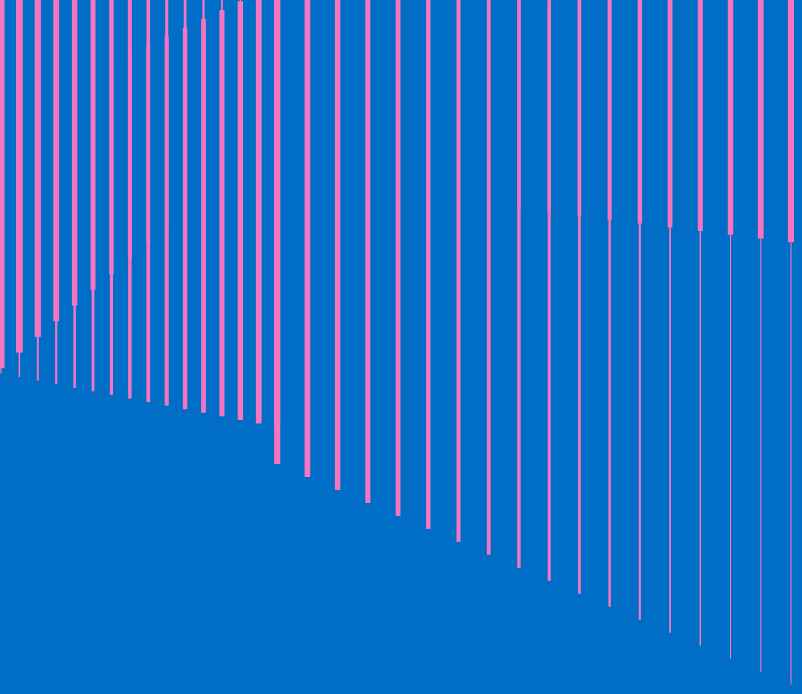
Ihr Ergebnis nach 90 Minuten: eine belastbare Entscheidungsgrundlage, ob Sie weiter pilotieren oder bereit sind zu skalieren.

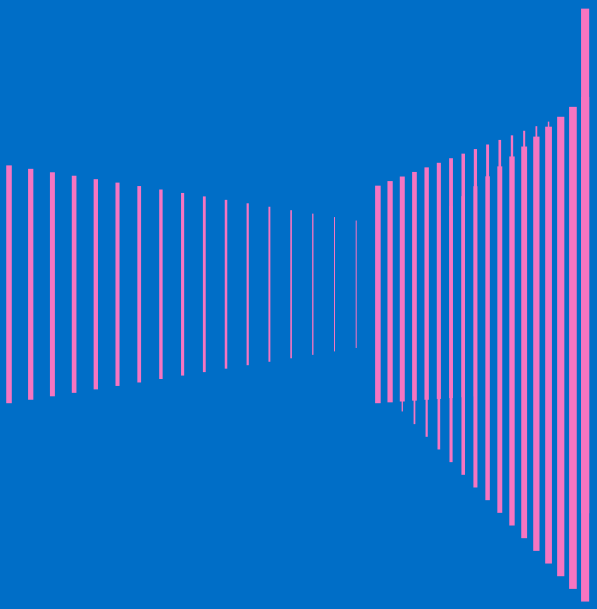
Kontakt

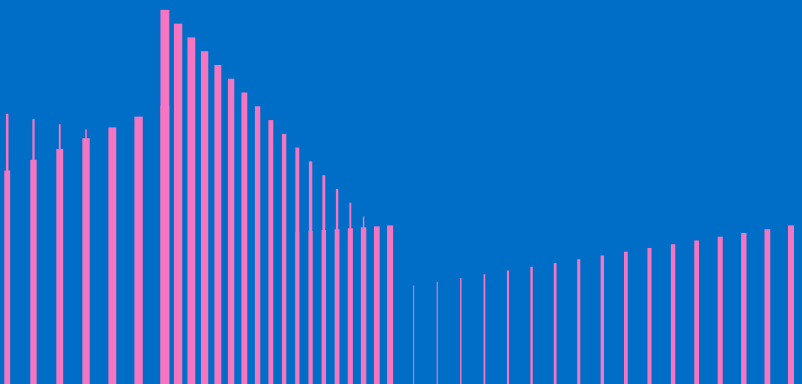


Ralf Schmidt
Head of AI
marketing@adesso.ch

adesso Schweiz AG
Vulkanstrasse 106
CH-8048 Zurich
T +41 58 520 97 10
E marketing@adesso.ch
www.adesso.ch







adesso