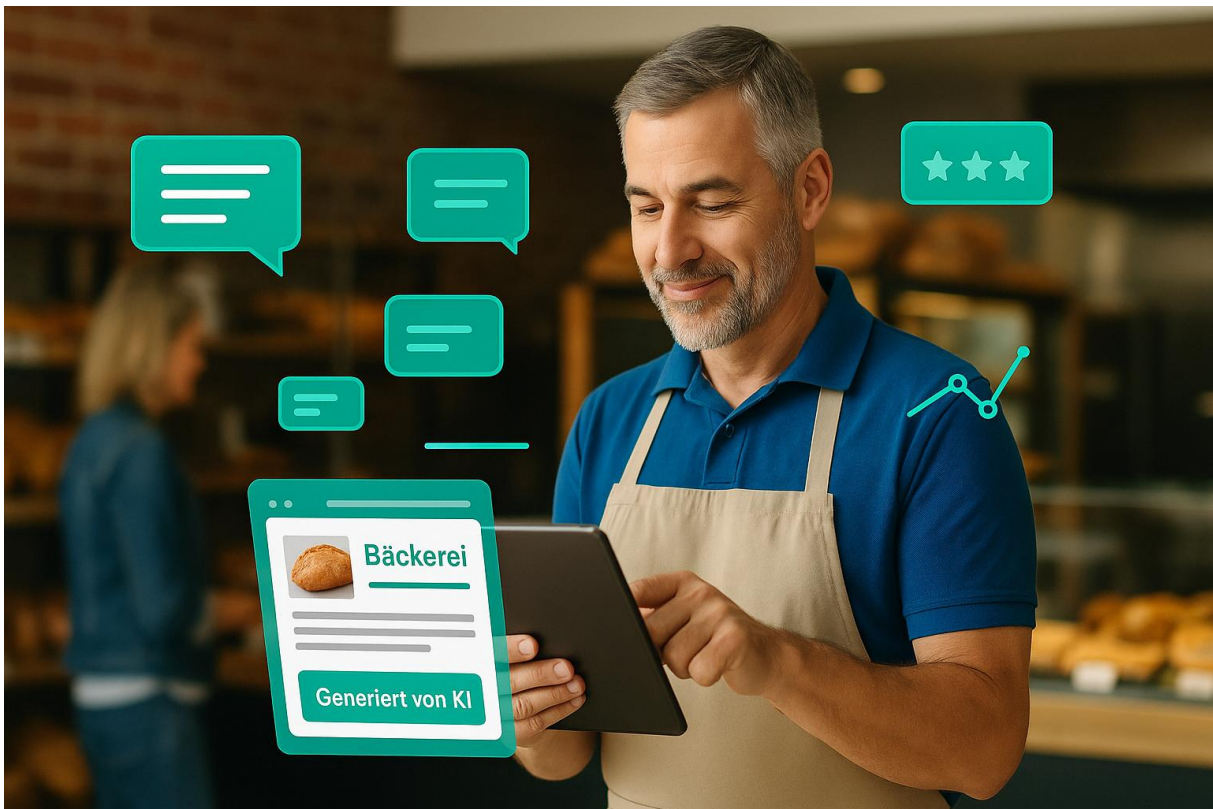


Gastbeitrag von Frank Schieback, Head of Brand Communication und Chief Marketing Officer bei [SELLWERK](#)

KI ohne Hype: Wie der Mittelstand von praxisnaher Künstlicher Intelligenz profitiert

Eine Bäckerei um die Ecke, ein Handwerksbetrieb in zweiter Generation oder ein Familienhotel auf dem Land – sie alle wollen im Netz sichtbar sein, ihre Prozesse optimieren und Kundennähe pflegen. Doch bei all den Buzzwords rund um Digitalisierung und KI stellt sich die Frage: Wo anfangen? Ob generative KI, die z.B. auf Knopfdruck Texte oder Antwortvorschläge liefert, oder Machine Learning, das Muster in großen Datenmengen erkennt, die Bandbreite ist groß. Frank Schieback, Head of Brand Communication und Chief Marketing Officer bei [SELLWERK](#) erklärt, wie mittelständische Betriebe profitieren können.



Bildquelle: KI-generiert

Herausforderungen und Chancen – Warum jetzt der richtige Zeitpunkt ist

Natürlich erfordert die Investition in neue Tools den Mut zur Veränderung. Doch der Mittelstand beginnt bereits, das Potenzial der Technologie zu erkennen. Eine Umfrage des [Deutschen Mittelstands-Bundes \(DMB\)](#) und [Salesforce](#) von diesem Jahr zeigt, dass 33,1 Prozent der Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern bereits KI-Lösungen einsetzen – Tendenz steigend. Während 24 Prozent sich noch in der Test- oder Pilotphase befinden, planen weitere 25 Prozent, KI innerhalb der nächsten zwölf Monate einzuführen oder ihre Nutzung auszuweiten. Haupttreiber sind Effizienzsteigerungen, Kosteneinsparungen und eine höhere Produktivität.

WIE SEHEN DIE KI-PLÄNE BIS ENDE 2025 AUS?

25 %

plant, innerhalb der nächsten zwölf Monate KI-Technologien einzuführen oder deren Nutzung auszubauen

33 %

sind noch unsicher, ob sie auf KI setzen werden

43 %

haben keine konkreten KI-Pläne



Für den KI-Index Mittelstand hat der Deutsche Mittelstands-Bund im Zeitraum November und Dezember 2024 insgesamt 526 Firmenverantwortliche aus IT, Vertrieb, Marketing und Geschäftsführung in mittelständischen Unternehmen befragt.

KI-INDEX
MITTELSTAND
Von Salesforce und dem Deutschen Mittelstands-Bund

Quelle: KI-Index von Salesforce und dem Deutschen Mittelstands-Bund

KI, die sofort hilft: Sichtbarkeit, Texte, Prozesse

Besonders für kleinere Unternehmen lohnt sich ein Blick auf praktische KI-Anwendungen, die ohne viel Vorwissen direkt unterstützen. Das können automatische Textvorschläge für Webseiten oder Stellenanzeigen sein, aber auch Hilfe bei der Beantwortung von Kundenanfragen oder der Verbesserung der Sichtbarkeit bei Google. Viele dieser Tools lassen sich ohne großes technisches Know-how nutzen und genau das macht sie so wertvoll. In der Praxis erleben wir oft: Schon ein einfaches digitales Schaufenster, das in wenigen Minuten online geht, macht einen Unterschied. Die Inhalte können von KI vorgeschlagen werden, das Layout passt sich dem Smartphone an und plötzlich ist ein Unternehmen dort sichtbar, wo seine Kunden suchen. Das steigert Vertrauen und macht Lust auf mehr. Aber KI kann so viel mehr als nur Texte: Ein gutes Beispiel ist ein Chatbot für Angebotsanfragen trainiert mit typischen Kundenfragen, der Vorabinfos wie Standort oder Dringlichkeit erfasst und automatisch ins Ticketsystem überträgt. Auch Machine-Learning-Modelle zur Dublettenerkennung in Kundenstammdaten sparen enorm Zeit, indem sie z. B. erkennen, dass „Müller GmbH“ und „Mueller GmbH“ vermutlich dasselbe Unternehmen sind.

Mensch und Maschine im Team

Dabei gilt: KI soll unter die Arme greifen, nicht die Arbeit komplett übernehmen. Wer auf Knopfdruck perfekte Ergebnisse erwartet, wird wahrscheinlich enttäuscht. Der eigentliche Vorteil liegt darin, dass KI Routineaufgaben übernimmt und der Mensch die kreative Kontrolle behält. Denn am Ende sind es die Erfahrung, das Bauchgefühl und die individuelle Note, die Kunden überzeugen. Viele unserer Nutzerinnen und Nutzer wollen nicht einfach nur konsumieren, sondern verstehen, was passiert. Sie passen Inhalte an, probieren aus, entwickeln weiter. Diese Kombination aus maschineller Unterstützung und menschlicher Entscheidungskompetenz ist ein echtes Erfolgsrezept.

KI kann mehr als Texte: Empfehlungen, Bewertungen, Sichtbarkeit

Längst geht es nicht mehr nur um Texte. Die digitalen Tools helfen auch dabei, bessere Entscheidungen zu treffen. Wann ist der richtige Zeitpunkt für einen Social-Media-Post? Welche Begriffe bringen mich bei Google nach vorn? Wie reagieren Kundinnen und Kunden auf bestimmte Formulierungen? All das kann Künstliche Intelligenz analysieren und wertvolle Hinweise geben. Auch bei der Überwachung von Online-Bewertungen, der Sortierung von Anfragen oder der Erfolgsmessung von Werbemaßnahmen unterstützt sie. Das erleichtert den Alltag und spart Nerven.

Drei praktische Use Cases aus dem Mittelstand:

Automatisierte Terminvereinbarung – für eine mobile Physiotherapiepraxis

Jasmin H., 38, Inhaberin einer mobilen Physio-Praxis mit zwei Teilzeitkräften

Sie ist ständig unterwegs, das Handy klingelt ununterbrochen. Termine händisch koordinieren? Ein Albtraum.

KI-Lösung:

Ein Terminbuchungssystem mit KI-Zeitlogik, das automatisch erkennt, wann mobile Slots frei sind. Berücksichtigung von Fahrzeiten, Kundenpräferenzen und Behandlungstyp. Kunden können online buchen, die KI schlägt sinnvolle Zeitfenster vor.

Nutzen:

- Reduzierter Koordinationsaufwand
- Optimierte Tourenplanung
- Weniger Leerlaufzeiten

ML-Modell zur Produktionsfehlerprognose – für eine Kunststoffverarbeitung

Persona:

Stefan B., 58, Produktionsleiter einer Firma mit 70 Mitarbeitenden in Schichtbetrieb

Er will die Ausschussquote senken, kann aber mit Excel allein nichts mehr herausholen.

KI-Lösung:

Ein internes Machine-Learning-Modell, das historische Produktionsdaten (Materialcharge, Maschineneinstellungen, Umgebungstemperatur etc.) auswertet und Muster vorhersagt, die zu Fehlern führen. Ergebnis: Frühwarnung vor kritischen Kombinationen.

Nutzen:

- Reduzierte Fehlproduktion
- Gezielte Schulung der Mitarbeitenden
- Effizienzsteigerung bei gleichbleibender Qualität

Chatbot-basierte Anfragenaufnahme – für eine Kfz-Werkstatt mit vielen Anrufen

Persona: *Tim J., 51, Werkstattleiter mit 5 Angestellten, täglich 20-30 Telefonanfragen, häufig unterbrochene Arbeit in der Werkstatt*

Problem: Er verbringt zu viel Zeit mit wiederkehrenden Fragen („Was kostet ein Ölwechsel?“, „Wann habt ihr Termine frei?“).

Lösung: KI-Chatbot, eingebunden in die Website, klärt typische Kundenanfragen vorab: Preisrahmen, verfügbare Zeitfenster (verknüpft mit dem Terminkalender), Standortdaten und Öffnungszeiten.

Nutzen:

- Reduzierter Telefonstress
- Weniger Terminchaos
- Kunden erhalten sofort eine Antwort

Fazit: KI mit gesundem Menschenverstand einsetzen

KI kann viel, muss aber nicht kompliziert sein. Wer sie als pragmatisches Werkzeug betrachtet, findet schnell Anwendungsfälle, die echten Mehrwert bringen. Es geht nicht darum, alles zu automatisieren, sondern darum, den Alltag smarter zu gestalten. Für den Mittelstand ist das eine große Chance. Und der erste Schritt ist oft einfacher als gedacht.

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

Weitere Informationen zu SELLWERK finden Sie hier: www.sellwerk.de/pressebereich

Pressekontakt Agentur

Laurence Stroedter | Mashup Communications | +49.30. 832.119.74 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK

Frank Schieback
CMO – Marketing/Produkt
frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart
Leiterin Markenkommunikation
angela.steinhart@sellwerk.de