



# Debrief — google/gemini-2.5-flash

---

- Instanser: 9
  - Tokens inn: 14,928
  - Tokens ut: 8,283
  - Kostnad: \$0.0252
  - Kjørt: 2026-04-13 01:46:53.153088+00:00
- 

## Sverm-debrief: AI i Kreativt Byrå

---

### Konsensus

1. **AI er uunngåelig og må omfavnes:** Samtlige instanser anerkjenner at AI er en realitet som ikke kan ignoreres eller forbys. Å nekte å bruke AI (Alternativ B) blir sett på som en “selvmordsstrategi” (SI\_004, SI\_006) og “naivt” (SI\_003).
  2. **Hybridmodell (C) er den mest levedyktige:** Det er bred enighet om at en hybridmodell, der AI assisterer og seniorene leder strategisk, er den mest bærekraftige veien fremover. Dette unngår fallgruvene ved både en ren “AI-first” og en “menneskelig kvalitet”-tilnærming.
  3. **Verdiforslaget må redefineres:** Spørsmålet “hva kunden egentlig kjøper?” er sentralt og krever en ny definisjon av byråets verdi. Det handler ikke lenger kun om “timer brukt” eller “håndverk”, men om “resultat”, “strategisk innsikt”, “risikoreduksjon” og “effekt” (SI\_004, SI\_008, SI\_009).
  4. **Intern usikkerhet må adresseres umiddelbart:** Den interne spenningen og usikkerheten blant ansatte, spesielt mellom juniorer og seniorer, er en kritisk utfordring som truer teamets tillit og produktivitet (SI\_002, SI\_003, SI\_008).
- 

### Dissens

1. **Hvor aggressivt skal AI omfavnes?** Mens alle er enige om hybrid, er det uenighet om graden av “AI-first” mentalitet. SI\_001 og SI\_006 argumenterer for en aggressiv, “AI-first” tilnærming innenfor hybridmodellen, med fokus på rask implementering og maksimering av operasjonell effektivitet og makt. SI\_004 og SI\_007 advarer mot en for rask eller for radikal “AI-first” tilnærming, og frykter at det kan undergrave merkevaren og føre til langsiktig sårbarhet.



2. **Fokus på kortsiktig gevinst vs. langsiktig posisjonering:** Noen instanser (SI\_001, SI\_006, SI\_008) legger sterk vekt på kortsiktig utnyttelse av AI for å sikre umiddelbar konkurransekraft og økonomisk gevinst, inkludert testing av "AI-priser". Andre (SI\_004, SI\_007, SI\_009) understreker viktigheten av en mer strategisk og langsiktig tilnærming for å bevare merkevarens premium-posisjon og bygge varig tillit.
3. **Rollen til "makt" og "tillit":** SI\_006 ser "makt" som primært knyttet til byråets posisjon og profitt, og mener etikk er sekundært. SI\_002, SI\_003 og SI\_009 vektlegger "tillit" som en fundamental verdi, både internt og eksternt, og ser åpenhet og etikk som avgjørende for å bygge denne tilliten.

---

## Blindsoner avdekket

1. **Juridiske implikasjoner:** Flere instanser (SI\_006, SI\_009) fremhevet de betydelige juridiske risikoene knyttet til AI-generert innhold, som opphavsrett, eierskap og lisensiering. Dette er en kritisk blindsonen som ikke ble eksplisitt nevnt i problemstillingen, men som er avgjørende for byråets fremtidige drift og beskyttelse.
2. **Intern kompetanseoverføring og nye karriereveier:** Svermen pekte på behovet for å omdefinere roller og skape nye karriereveier for både juniorer og seniorer, for å unngå talentflukt og utnytte eksisterende kompetanse. Dette inkluderer å transformere seniorer til "AI-kuratorer" eller "strategiske ledere" og juniorer til "AI-prompt ingeniører" (SI\_003, SI\_004, SI\_009).
3. **Behov for proaktiv kundedialog:** Instansene understreket viktigheten av å aktivt engasjere kunder i dialogen om AI-bruk og verdiforslag, i stedet for å la markedet definere byrået (SI\_001, SI\_005).

---

## Anbefalinger

1. **Etabler en "AI-strategigruppe" med tverrfaglig representasjon:** Denne gruppen, bestående av både seniorer og juniorer, skal umiddelbart få mandat til å utforske AI-verktøy, definere byråets "AI-prinsipper", og utarbeide en operasjonell plan for integrering av AI i alle kreative