

Pressemitteilung

Künstliche Intelligenz hängt noch immer in den Startlöchern fest

Dortmund , 5. Juni 2019

Viele Unternehmen denken darüber nach, Künstliche Intelligenz zu nutzen. Wirklich im Einsatz sind bislang aber nur vereinzelt KI-Anwendungen. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie des IT-Dienstleisters adesso zum Status quo.

adesso wollte wissen, welche Technologien rund um Künstliche Intelligenz Unternehmen bereits einsetzen, welche Strategien sie verfolgen und wo sie die größten Herausforderungen sehen. Für seine Studie hat der IT-Dienstleister 329 Entscheider aus den unterschiedlichsten Branchen befragt. Das Ergebnis: In den Köpfen ist das Thema KI angekommen. So gaben 83 % der Befragten an, dass die Technologie aus ihrer Sicht ein wettbewerbsentscheidender Faktor ist. Eine unverzichtbare Rolle bei Produktinnovationen spielt sie für 64 %. Entsprechend hat fast die Hälfte das Thema Künstliche Intelligenz in den nächsten drei Jahren weit oben auf der Agenda.

An praktischer Erfahrung mangelt es allerdings meistens: Zwar hat jedes fünfte befragte Unternehmen bereits Chatbot-Projekte umgesetzt – bei anderen KI-Anwendungen befinden sich viele aber erst in der Planungsphase. Dabei erkennen die Befragten, dass KI-Technologien in Bereichen wie Marketing, Vertrieb und Service neue Abläufe und Angebote erlauben. So stimmen 85 % der Aussage zu, dass KI-Verfahren im digitalen Marketing Streuverluste verringern und sich dadurch Kosten einsparen lassen. 54 % können sich vorstellen, KI-basierte Empfehlungen für die Entwicklung eines neuen Produkts oder neuer Dienstleistung zu nutzen – 32 % haben es bereits realisiert oder sind mitten in der Planung. Intelligentes Lead Scoring, das die Konversionsrate für jeden Kunden prognostiziert, halten 56 % für eine gute Idee – aber erst 26 % der Befragten sind in der Umsetzung oder Planung.

Verbraucher sehen KI grundsätzlich positiv

Was sich Unternehmen vorstellen können und was Verbraucher wirklich nutzen würden, ist ebenfalls nicht immer deckungsgleich. adesso hat für seine KI-Studie die Unternehmensführer gebeten, konkrete Anwendungsfälle aus dem Blickwinkel ihrer Branche zu bewerten: Denken sie über eine ähnliche KI-Lösung nach? Ist eine solche Lösung interessant für ihre Kunden? So sind 84 % der Entscheider aus dem Gesundheitswesen davon überzeugt, dass Verbraucher KI-gestützte Gesundheitsprogramme in Anspruch nehmen würden. Allerdings sind die mit 38 % weitaus zurückhaltender. Dass Bankkunden ihre Geldanlage einer KI-Anwendung anvertrauen,

denken 76 % der Entscheider aus der Finanzbranche. Aber nur 30 % würden ein solches System nutzen. Ein rein virtuelles Versicherungsangebot ohne Menschen, dafür mit KI, können sich 80 % der Versicherungsexperten für ihre Kunden vorstellen. Die zeigen sich mit 46 % reservierter.

Grundlegend ist die Stimmung unter deutschen Verbrauchern aber gut: 83 % sind überzeugt, dass KI und Roboter in der Zukunft viele lästige Aufgaben übernehmen und das Leben erleichtern. 61 % glauben, dass KI ihnen Vorteile bringen wird.

Ohne KI-Expertise geht es nicht

Der entscheidende Faktor, um KI-Projekte erfolgreich umsetzen zu können, sind qualifizierte Mitarbeiter. In deutschen Unternehmen fehlt es aber oftmals an KI-Skills, das ist den befragten Führungskräften bewusst. Über die Hälfte will die eigenen Mitarbeiter fit für das Thema KI machen. 44 % sind dabei, entsprechend qualifizierte Experten einzustellen.

„Die Unternehmensentscheider haben erkannt, dass KI-Technologien über den Erfolg einer Firma in einem immer härter werdenden Wettbewerbsumfeld entscheiden. Auf der Agenda hat der Großteil der befragten Unternehmen das Thema, die Ausgangslage ist gut: Die Verbraucher stehen Künstlicher Intelligenz positiv gegenüber. Unternehmen müssen sich allerdings die Frage stellen, wann und wo ergibt KI-Technologie Sinn. Es gibt nicht die eine KI – jedes Unternehmen hat andere Ziele, andere Rahmenbedingungen und braucht ein für seine individuelle Anwendung abgestimmtes System“, erklärt Volker Gruhn, Aufsichtsratsvorsitzender und Gründer der adesso AG. „Der Aufbau eines solchen Systems ist eine überaus spannende Aufgabe. Der Schritt von der Planung zum eigentlichen KI-Projekt ist aber nicht ohne, es mangelt an Erfahrungen und Blaupausen. KI-Lösungen stellen völlig neue Anforderungen an die Projektstruktur und das Fachwissen der Beteiligten.“

Der IT-Dienstleister hat unter Informationen über seinen Ansatz „Building AI-based Systems“ zusammengestellt.

adesso hat gemeinsam mit dem Kölner Marktforschungsinstitut Heute und Morgen im Januar und Februar 2019 eine Umfrage zum Thema KI durchgeführt. Dabei wurden insgesamt 329 Entscheider in Unternehmen sowie 1.000 Endverbraucher unterschiedlichster Altersgruppen in Deutschland befragt. Teil 1 der Studienergebnisse (Verbraucherseite) hat adesso bereits vorgestellt. Mehr Informationen dazu unter .

Die Studie ist kostenfrei per Download erhältlich:

Weitere Presseinformationen zum Thema:

ca. 5.350 Zeichen

adesso AG

adesso ist einer der führenden IT-Dienstleister im deutschsprachigen Raum und fokussiert sich mit Beratung sowie individueller Softwareentwicklung auf die Kerngeschäftsprozesse von Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen. Die Strategie von adesso beruht auf drei Säulen: dem tiefen Branchen-Know-how der Mitarbeitenden, einer umfangreichen Technologiekompetenz und erprobten Methoden bei der Umsetzung von Softwareprojekten. Das Ergebnis sind überlegene IT-Lösungen, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähiger werden.

adesso wurde 1997 in Dortmund gegründet und beschäftigt aktuell über 3.700 Mitarbeitende. Die Aktie ist im regulierten Markt notiert. Zu den wichtigsten Kunden zählen im Bankensegment u.a. Deutsche Bank, Commerzbank, KfW, DZ Bank, Helaba, Union Investment, BayernLB und DekaBank, im Versicherungsbereich u.a. Münchener Rück, Hannover Rück, DEVK, DAK, Zurich Versicherung, Medizinischer Dienst der Krankenversicherung (MDK-IT) sowie branchenübergreifend u.a. Daimler, Bosch, Westdeutsche Lotterie, Swisslos, DZR Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum, TÜV Rheinland, Beschaffungsamt des Bundesministeriums des Innern.

adesso AG
Eva Wiedemann
Tassiloplatz 25
81541 München
T: +49 89 411117-125
eva.wiedemann@adesso.de

PR-COM GmbH
Sabine Felber
Sendlinger-Tor-Platz 6
80336 München
T: +49 89 59997-757
sabine.felber@pr-com.de
www.pr-com.de