

NEWS RELEASE

MEDIENKONTAKTE:

Avanade: Matthias Weinzierl
+49 3222 109 13 13
matthias.weinzierl@avanade.com

MSC Consulting Projects:

Stephan Wild
+49 151 2755 6465
Stefan Karl
+49 8137 637 23 13
avn@consultingprojects.de

Befragung: Für 98 Prozent der Entscheider ist KI Zeitgeist-Phänomen

Große Mehrheit der Unternehmen hält Künstliche Intelligenz für Trend – und weiß ihn nicht zu nutzen

KRONBERG/TAUNUS – 23. Juli 2018: Das Marktforschungsunternehmen Wakefield Research hat im Auftrag von [Avanade](#), dem führenden Anbieter digitaler Innovationen im Microsoft-Ökosystem, Unternehmenslenker und IT-Entscheider über Künstliche Intelligenz (KI) befragt. Das Ergebnis: 98 Prozent der Teilnehmer halten hierzulande KI für ein Resultat des Zeitgeists. Zugleich sind sie der Meinung, dass Unternehmen noch nicht wissen, wie sie diesen Technologieansatz richtig nutzen können.

KI wurde dabei nicht als einzelne Technologie definiert, sondern als eine Zusammenstellung aus mehreren Bereichen; diese entsprechen nacheinander betrachtet oft den einzelnen Schritten, die bei der langfristigen Einführung erfolgen. Dazu gehören insbesondere die Aspekte Robotic Process Automation (RPA), also die Automatisierung von manuellen und sich wiederholenden Aufgaben und Geschäftsprozessen, sowie intelligente Automatisierung (IA), die Prozesse etwa mit humanisierenden Interaktionsformen verbessert; dazu zählt etwa die Verarbeitung natürlicher Sprache.

Zuversicht für erfolgreiche KI-Nutzung in Deutschland teils höher als in den USA

Weiterhin zugehörig zum KI-Set sind fortschrittliche Analysemethoden. Mit ihrer Hilfe lassen sich Daten so verarbeiten und auswerten, dass Prozesse besser verstanden, präzise Vorhersagen getroffen und Daten innovativ genutzt werden können. „Advanced AI“ schließlich unterstützt und erweitert durch maschinelles Lernen – inklusive dem sogenannten Deep Learning – die Fähigkeiten von Mitarbeitern. In Summe ergibt sich so das Bild einer auf den Menschen ausgerichteten KI: Sie ersetzt zum Beispiel keine Mitarbeiter, sondern unterstützt sie gezielt bei ihrer Arbeit, steigert somit Erfolge und erhöht die Kundenzufriedenheit.

„Beim Blick auf die Ergebnisse unserer weltweiten Befragung fallen einige globale Unterschiede auf“, analysiert Robert Gögele, Geschäftsführer der Avanade Deutschland GmbH. „So ist insbesondere im sonst sehr risikobewussten Deutschland die Zuversicht groß, dass Roboter in der Zusammenarbeit mit Kunden aber auch Kollegen so gut funktionieren können wie Menschen. 44 Prozent der deutschen Teilnehmer denkt, dass hier in drei Jahren oder weniger ‚Gleichstand‘ herrscht. In den

USA liegt dieser Wert nur bei zwölf Prozent. Das ist eine sehr interessante Entwicklung und Einschätzung. Sie gibt uns die Chance, im Bereich der Digitalisierung nicht nur etwas aufzuholen sondern in einigen Bereichen in Führung zu gehen. Beim Blick auf das mangelnde Verständnis der gewinnbringenden Nutzung gibt es dennoch einige Hausaufgaben zu erledigen.“

Herausforderungen liegen auf Management-Ebene

Die Auswertung der Befragung zeigt außerdem, dass die Herausforderungen bei Leibe nicht nur im technologischen Bereich liegen: 85 Prozent der weltweit Befragten meinen, dass KI-Implementierungen in Unternehmen scheitern, solange ineffektives Kultur- und Change-Management bzw. unzureichendes Management von Mensch und Maschine vorherrschen. Dieser Wert liegt in Deutschland mit 94 Prozent nochmals deutlich höher – und über den Zahlen aller anderen Länder (USA, Australien, Kanada, Frankreich, Japan und UK), in denen Entscheider befragt wurden. Relativ gesehen sind hier Teilnehmer aus Japan mit 72 Prozent am positivsten eingestellt. Hier dürfte die langjährige Erfahrung und Offenheit des Landes im Umgang mit Robotik-Technologie zum Tragen kommen.

Auch zeigen sich deutliche und potenziell ebenfalls kulturell bzw. wirtschaftlich motivierte Unterschiede in den einzelnen Ländern, wenn es um die Einsatzbereiche geht: Im traditionell maschinenbaulastigen Deutschland glauben nur 17 Prozent der Befragten, dass KI-Technologien im Bereich der automatisierten Produktion hilfreich sein können; der globale Schnitt beträgt hier 31 Prozent. Insgesamt schlecht schneidet der Marketing-Bereich ab, dem nur 13 Prozent der Befragten Vorteile durch KI beimessen (Deutschland: 15 Prozent). Am positivsten sehen die Teilnehmer den Bereich der Datenanalyse, etwa für die vorausschauende Wartung: Immerhin 31 Prozent der weltweit und in Deutschland Befragten erwarten für ihre Unternehmen messbare Mehrwerte.

Einsatzzweck ausschlaggebend für Erfolg

Für die erfolgreiche Nutzung intelligenter Maschinen müssten Unternehmen genau auf den Einsatzzweck achten, so Jeanne Ross, Principal Research Scientist beim Massachusetts Institute of Technology (MIT). Der große Fehler liege demnach in der Regel bei der Implementierung: „Unternehmen, die intelligente Maschinen nur als Mittel sehen, um die Kosten zu senken, werden sie mit hoher Wahrscheinlichkeit an den falschen Stellen und auf die falsche Art und Weise einsetzen und den Geschäftswertbeitrag nur unvollständig betrachten.“

Robert Gögele ergänzt: „Wichtige Schritte bei der Implementierung von KI: sind die Erhebung, Auswertung und Nutzung von unternehmensrelevanten Daten. Privatsphäre und Sicherheit haben Priorität, dabei ist die Einrichtung eines Gremiums für digitale Ethik wie dem Avanade Digital Ethics Council durchaus empfehlenswert. So ein Council sollte aber unterstützend und nicht verhindern wirken. Unternehmen müssen zudem die Expertise der Mitarbeiter zum Umgang mit Daten schaffen und erweitern. Grundsätzlich ist eine Mischung aus langfristiger Strategie und schnellen Etappenimplementierungen hilfreich, um den digitalen/KI-Anschluss nicht zu verpassen.“

Weitere Informationen zur Studie

Im Rahmen der Erhebung wurden in Deutschland 30 C-Level Executives und 70 IT-Leiter von Firmen mit mindestens 1.000 Mitarbeitern befragt. Die Umfrage wurde zudem in USA, UK, Japan, Australien und Frankreich mit jeweils gleich vielen Personen durchgeführt.

Über Avanade

Avanade ist ein führender Anbieter von digitalen Services, Business- und Cloud-Lösungen sowie designorientierten Anwendungen. Unsere Spezialisten entwickeln auf Basis des Microsoft-Ökosystems für jeden einzelnen Kunden die optimale Lösung. Wir von Avanade stehen für frisches und modernes Denken und verfügen über ein ausgeprägtes Technologie-, Business- und Branchenwissen. Das macht uns zum Wegbereiter der digitalen Transformation mit dem Ziel: Wachstum für unsere Kunden – und deren Kunden. Weltweit arbeiten 30.000 digital vernetzte Menschen in 24 Ländern für Avanade: Sie entwerfen in einer Kultur von Kollaboration und Diversität jeden Tag gemeinsam kreative Lösungsansätze. Avanade wurde im Jahr 2000 von Accenture LLP und der Microsoft Corporation gegründet. Heute gehört das Unternehmen mehrheitlich Accenture. Weitere Informationen unter: www.avanade.de.

Avanade and the Avanade logo are registered trademarks or trademarks of Avanade Inc. Other product, service, or company names mentioned herein are the trademarks or registered trademarks of their respective owners.

#