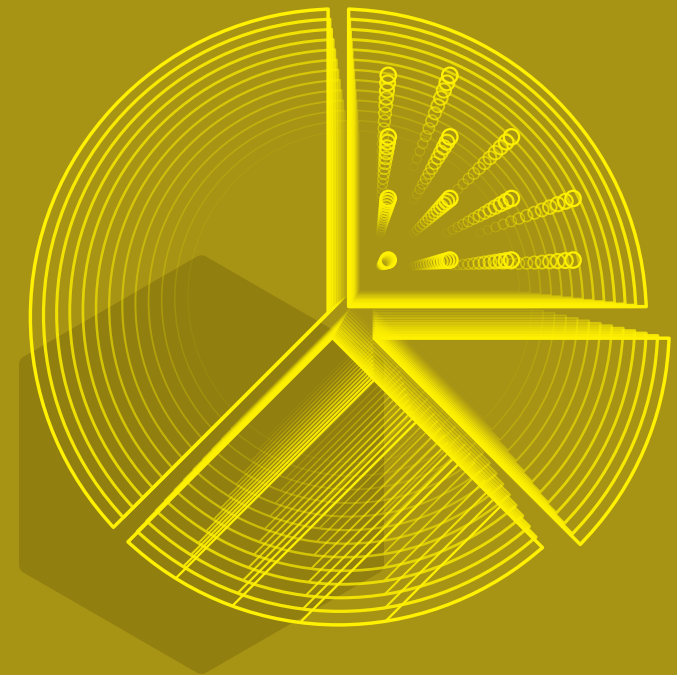


# REPORT

KI – eine  
Bestands-  
aufnahme

20  
20

**Künstliche  
Intelligenz  
verändert den  
Blickwinkel**



Mehr Details  
über KI:  
[ki.adesso.de](https://ki.adesso.de)

## VORWORT

# Vor der Künstlichen ist die menschliche Intelligenz gefragt

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

„Künstliche Intelligenz bringt mir zukünftig viele Vorteile“ – trifft diese Aussage für Sie zu? Glauben Sie, dass neue Anwendungen und Angebote Ihr Leben erleichtern werden? Nicht als Entscheiderin oder Entscheider in einem Unternehmen, sondern als Privatperson? Falls ja, sind Sie in bester Gesellschaft: 55 Prozent der 1.000 Befragten unserer KI-Studie stimmen der Aussage zu. Die Frage nach den persönlichen Vorteilen ist für uns eine der zentralen Fragestellungen unserer Umfrage. Denn sie dient als Indikator für die aktuelle Stimmungslage: Glauben Menschen an die Optionen, die KI-Technologien eröffnen? Oder überwiegt die Skepsis? Diese Einstellung wird mit darüber entscheiden, in welchem Umfang sich Anwendungen auf KI-Basis durchsetzen.

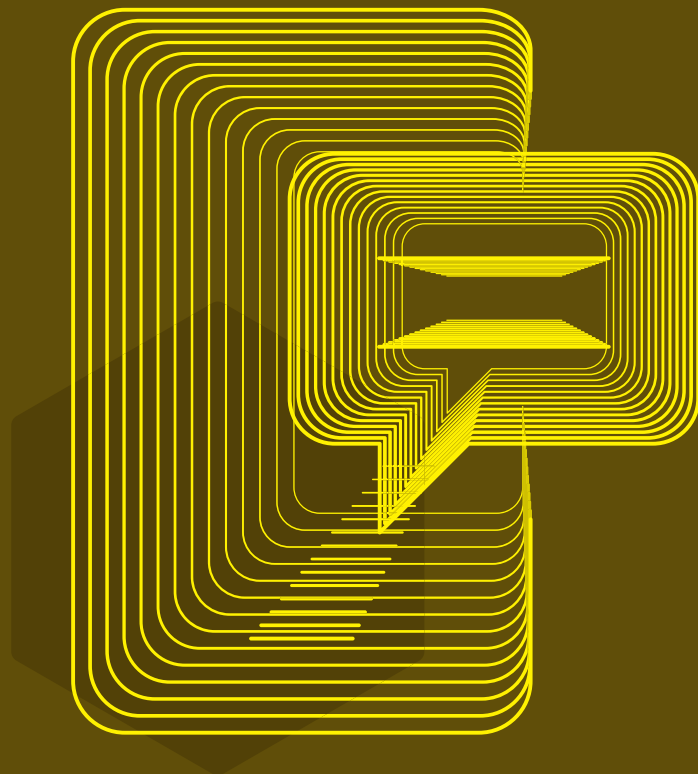
Auf der anderen Seite standen uns auch über 300 Verantwortliche aus Unternehmen Rede und Antwort. Wir befragten sie über ihre Projekte, Pläne und Prognosen rund um KI. Ihre Meinung zur Bedeutung von KI ist eindeutig: 90 Prozent sind davon überzeugt, dass KI-Anwendungen einer der Erfolgsfaktoren sind. Bei zwei Themen gingen wir mit der Umfrage in die Tiefe: Cloud und Chatbots. Erstere ist eine der zentralen Technologien unter der Motorhaube von KI-Anwendungen. Letztere sind an der Schnittstelle zu Kundinnen und Kunden inzwischen die sichtbarste Ausprägung von KI-Technologien: Jedes dritte Unternehmen setzt bereits auf solche Lösungen oder plant das konkret. Und Chatbots kommen an: Fast 60 Prozent der Kundinnen und Kunden, die bereits Chatbot-Erfahrung haben, bewerten den Dialog mit „gut“ oder besser.

Was sich an diesen und vielen anderen Zahlen unserer Umfrage erkennen lässt? Die Offenheit und das Interesse auf Seiten der Kundinnen und Kunden sind da. Statt der häufig beschworenen „German Angst“ sehen wir eher eine „German Neugier“. Darauf können die Verantwortlichen in den Unternehmen bauen. Jetzt liegt es an ihnen, überzeugende Angebote zu entwickeln.



**Verstehen Sie diesen Report als Anstoß zur Diskussion.  
Über Ihren Blickwinkel auf KI. Und wie wir Sie – mit  
unserer Erfahrung, unserem Technologieverständnis und  
unserem Branchenwissen – unterstützen können.  
Ich freue mich auf das Gespräch von Mensch zu Mensch –  
so ganz ohne KI dazwischen.**

Viele Grüße  
Ihr Volker Gruhn

**SPECIAL CHATBOT:**

**Chatbots sind für viele Unternehmen eines der ersten konkreten Einsatzszenarien für KI. Die dialogbasierten Systeme werden häufig in externen Serviceprozessen eingesetzt – und leisten hier auch gute Dienste. Die große Mehrheit der Kundinnen und Kunden kann sich vorstellen, mit einem Chatbot zu kommunizieren. Ein durchaus überraschendes Ergebnis: Diejenigen, die bereits Chatbot-Erfahrung haben, bewerten den Dialog durchaus positiv – 59 Prozent mit „gut“ oder besser.**

Optimismus  
bestimmt das  
Bild.

**MANAGEMENT SUMMARY**

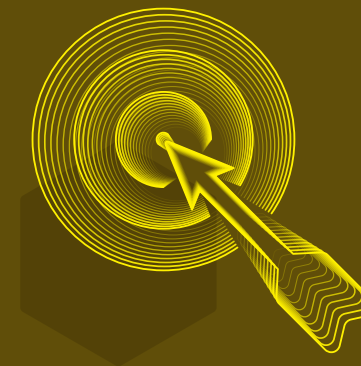
# Eine Bestandsaufnahme neuer Möglichkeiten, Maßnahmen und Misstrauen

Künstliche Intelligenz (KI) ist angekommen: in den Köpfen, in den Planungen, in den Projekten. Für fast jeden zweiten Befragten steht KI ganz oben auf den Agenden der Unternehmensverantwortlichen. So weit, so wenig überraschend. Was beim Blick auf die Prioritäten der kommenden Jahre so nicht zu erwarten war: Der Wettbewerb durch digitale Giganten wie Google und Amazon oder durch Start-ups beschäftigt nur wenige. Für gerade einmal 14 Prozent gehört er oben auf ihre Liste. Angesichts der Dominanz dieser Unternehmen in vielen Wirtschaftsbereichen und ihres ungebrochenen Willens zur Expansion in neue Märkte erstaunt diese Einschätzung.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen: Der großen Bedeutung von KI sind sich sowohl die Verantwortlichen als auch die Verbraucher bewusst. Beide Gruppen glauben daran, dass die positiven Aspekte von KI-Technologien überwiegen. Insbesondere rund um Kommunikationsthemen versprechen sich die Entscheiderinnen und Entscheider Potenzial durch KI-Anwendungen. Der Blick auf den KI-Standort Deutschland dämpft die recht positive Grundstimmung: 56 Prozent der Entscheiderinnen und Entscheider halten die Aufstellung des eigenen Landes im internationalen Vergleich für mittelmäßig, 24 Prozent sogar für schlecht. Diese Zahlen decken sich fast exakt mit den Ergebnissen der Verbraucherumfrage.

Zwei Themen standen im Zentrum der Umfrage: Chatbots und Cloud-Technologien. Chatbots sind inzwischen weit verbreitet, zahlreiche Kundinnen und Kunden hatten bereits Kontakt mit so einer Anwendung. Und deren Eindruck ist durchaus positiv: Die Anwendungen werden also nicht als nervig wahrgenommen, sondern als Hilfe. Aber: Der Anwendungsfall ist entscheidend. So kann sich nur eine Minderheit der Befragten vorstellen, mithilfe eines Chatbots ein Konto zu eröffnen. Als Berater beim Online-Einkauf kommt er hingegen für viele infrage.

Beim Blick auf Cloud-Angebote sind sich die Entscheiderinnen und Entscheider einig: Das Beziehen vorkonfigurierter KI-Anwendungen ist für 86 Prozent der zentrale Vorteil. Wenig überzeugend sind dagegen die Datenschutzgarantien, die Cloud-Anbieter geben: 66 Prozent der Befragten sehen darin die größte Hürde im Cloud-Umfeld.



#### SPECIAL CLOUD:

**Die Technologie hinter der Technologie:  
Auch im KI-Umfeld spielen Cloud-Angebote diese Rolle.  
Und das inzwischen für eine stattliche Anzahl der Befragten. Ziemlich genau die Hälfte der Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit KI-Anwendungen haben, setzt auf Cloud-Lösungen. Einerseits um vorkonfigurierte KI-Anwendungen zu beziehen. Andererseits um von Infrastrukturvorteilen zu profitieren.**

Nur  
**17 %**

der Entscheiderinnen und Entscheider glauben, dass KI ein überbewertetes Hype-Thema ist.

Über  
**90 %**

der Entscheiderinnen und Entscheider glauben, dass das Investment in KI Wettbewerbsvorteile bringt.

Über  
**50 %**

der Kundinnen und Kunden glauben, dass KI ihnen zukünftig Vorteile bringt.

Fast  
**60 %**

der Kundinnen und Kunden haben bereits Erfahrungen mit Chatbots gemacht.

Fast  
**50 %**

der Entscheiderinnen und Entscheider setzen beim Thema KI auch auf Cloud-Technologien.

## DEMOGRAFIE Von Menschen und Kognitionen

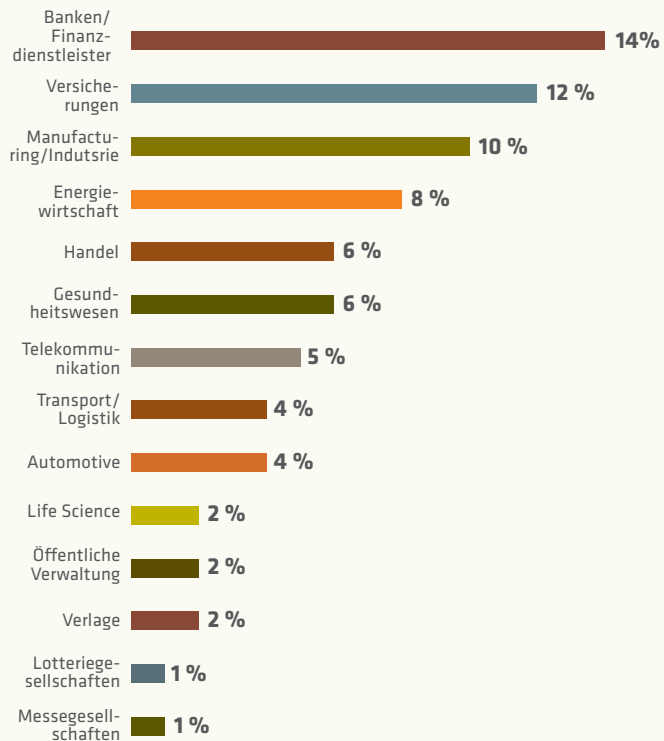
Im Januar und Februar 2020 führten wir gemeinsam mit unserem Marktforschungsinstitut Heute und Morgen GmbH eine Umfrage unter Unternehmensentscheidern / -entscheiderinnen und Endkunden / -kundinnen durch. Thema waren Fragestellungen rund um Künstliche Intelligenz. Unser Ziel war es, auf Basis der Antworten ein detailliertes Bild vom Stand der Dinge, von den Erwartungen und den Planungen zu gewinnen. Uns interessierte der unterschiedliche Blickwinkel der beiden Zielgruppen: Wo ticken sie ähnlich? Was sehen sie anders?

318 Unternehmensverantwortliche und 1.000 Endkunden / -kundinnen füllten die Online-Fragebögen aus.



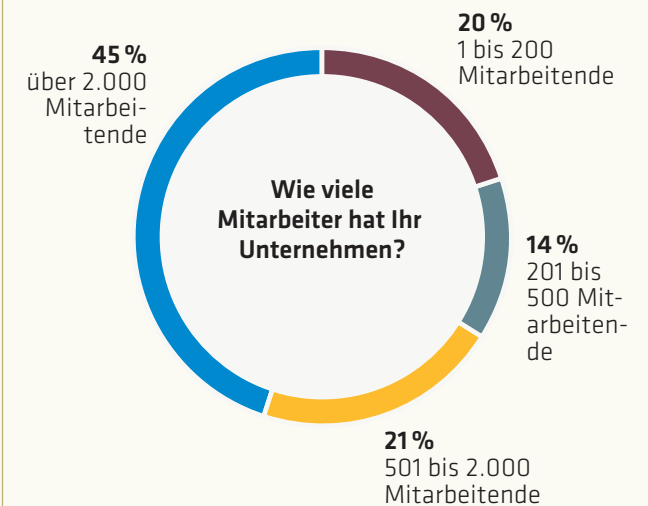
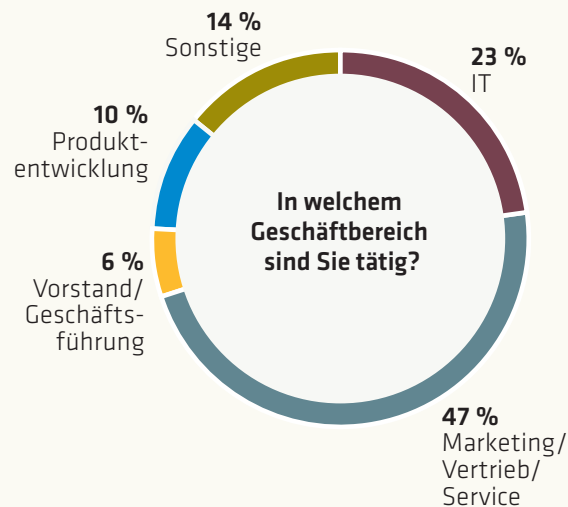
## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER

Welcher Branche lässt sich Ihr Unternehmen am besten zuordnen?

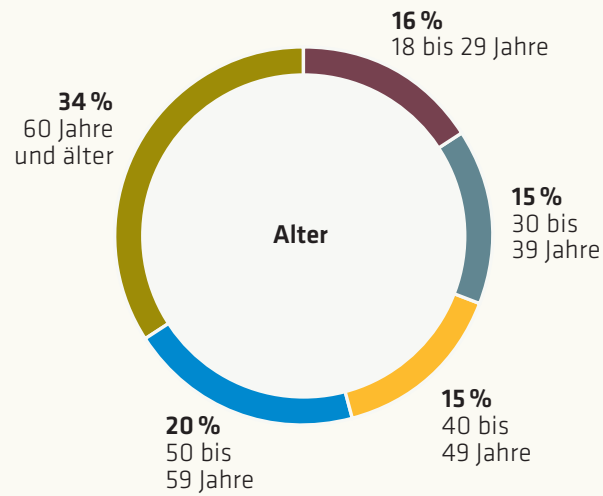


Rest: Sonstige

Quelle: adesso SE | [ki.adesso.de](https://ki.adesso.de)



## KUNDINNEN/KUNDEN





## THEMEN Was Verantwortliche sagen

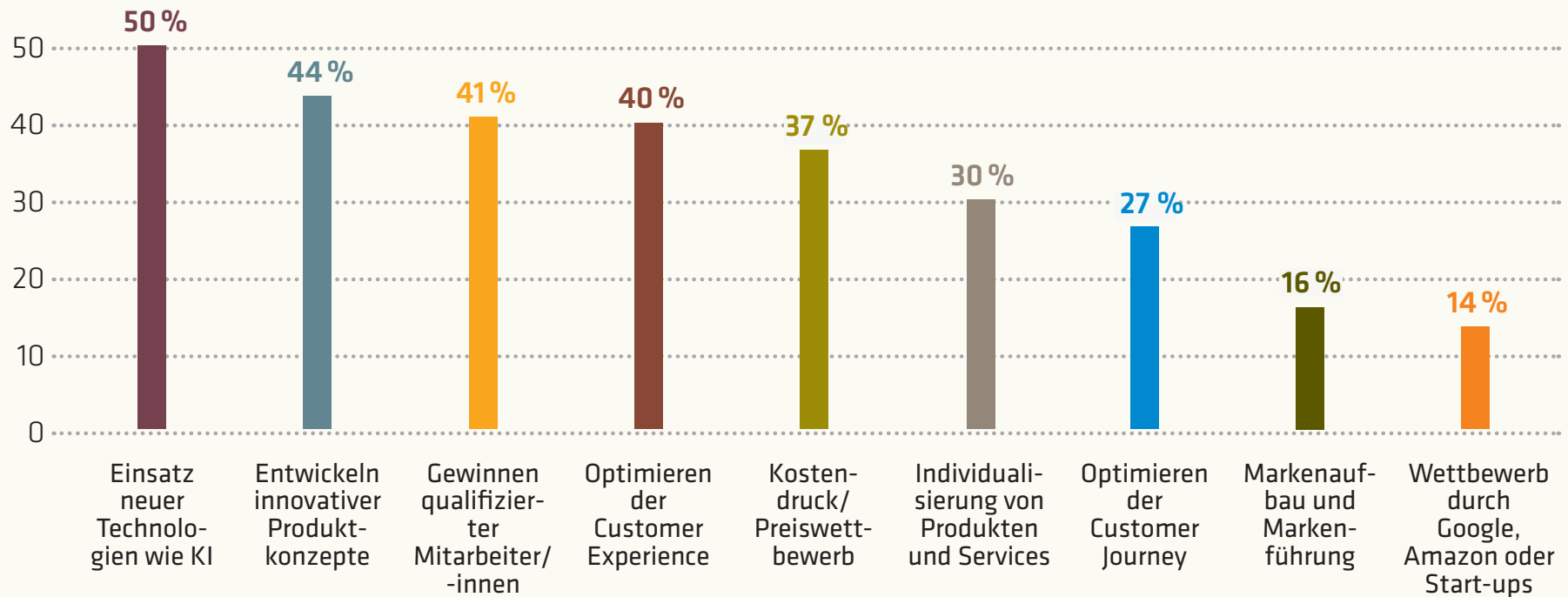
Wir ließen die Umfrageteilnehmer/-innen in die Glaskugel blicken: Welche Aspekte sind die zentralen Herausforderungen der nächsten drei Jahre? Wenig überraschend: Technologien wie beispielsweise Künstliche Intelligenz sind das Top-Thema der Befragten. Mit Blick auf die weitere Marktdurchdringung von KI macht diese Zahl durchaus Hoffnung. Was aber aufhorchen lässt: Die häufig beschworene Bedrohung durch digitale Wettbewerber – seien es Giganten wie Amazon beziehungsweise Google oder Start-ups – steht nur bei wenigen der Befragten oben auf der Liste.

Nur  
14 Prozent der  
Befragten nennen  
den Wettbewerb  
durch digitale  
Unternehmen.



## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER

## Welche Aspekte sind in den nächsten drei Jahren zentrale Herausforderungen?

Quelle: adesso SE | [ki.adesso.de](https://www.ki.adesso.de)

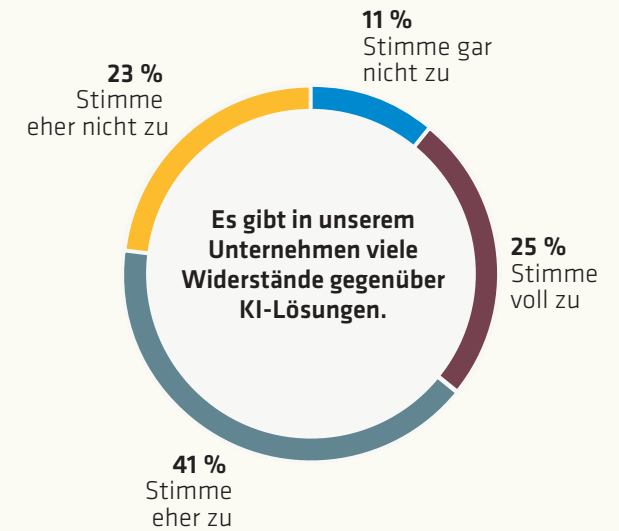
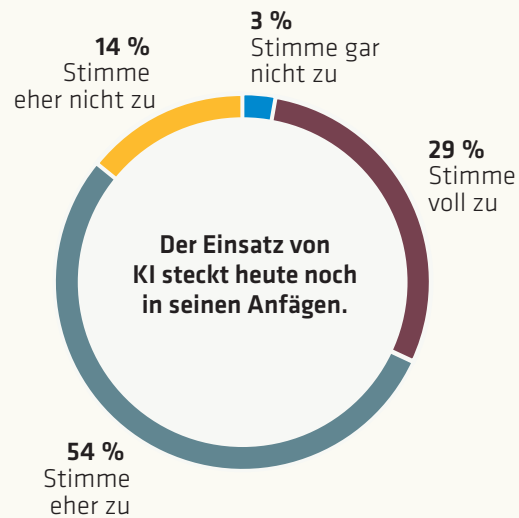
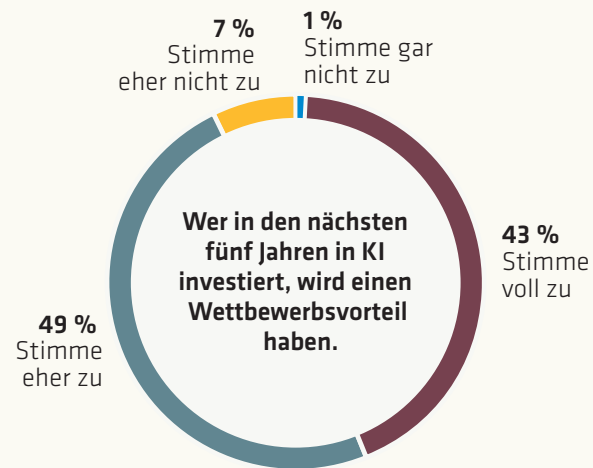
KI steht noch  
am Anfang.

## EINSCHÄTZUNG KI liegt im **99uA** des Betrachters

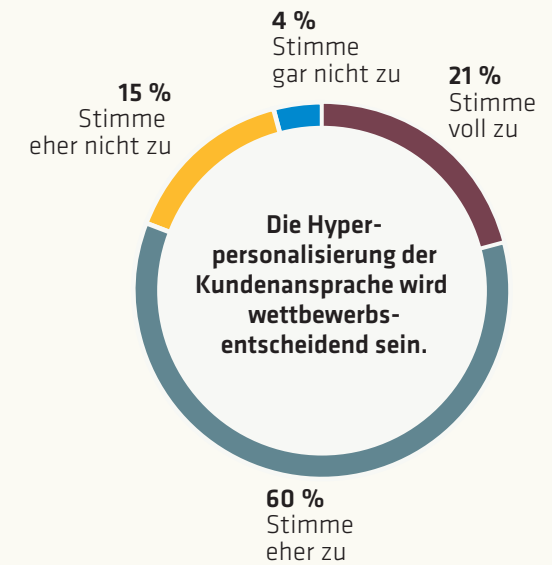
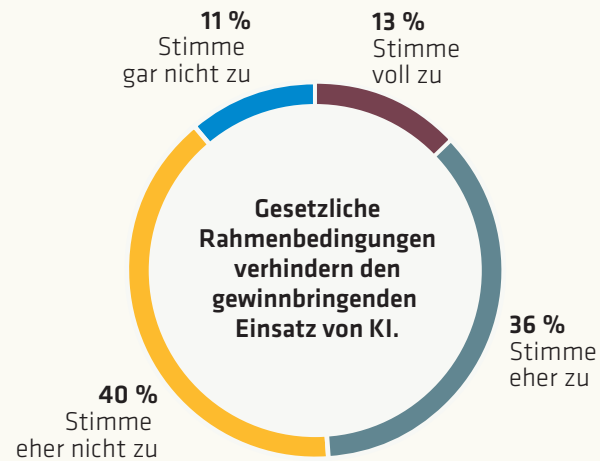
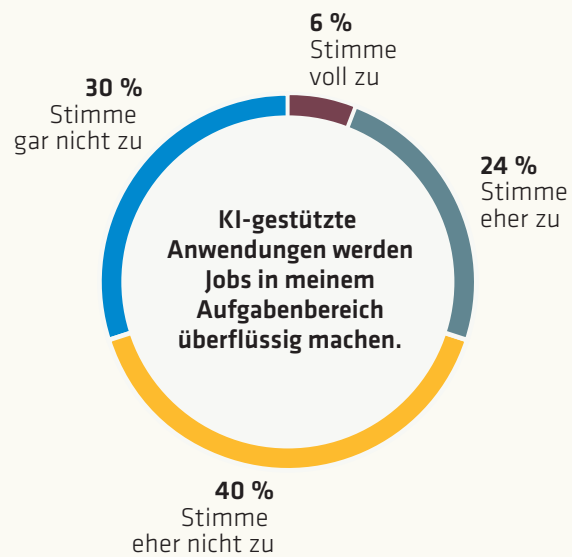
Mit KI-Technologien verknüpfen Fachleute und Kunden Hoffnungen und Ängste. Der Blick auf die Details zeigt: In beiden Gruppen überwiegen die positiven Einschätzungen. Die Mehrheit der Kundinnen und Kunden (73 Prozent) hat keine Angst vor KI-Anwendungen. Nur 18 Prozent der Entscheiderinnen und Entscheider in Deutschland geben an, noch nicht genau zu wissen, wie sie KI im eigenen Unternehmen einsetzen sollen. Einigkeit herrscht auch beim Einschätzen der Bedeutung des Themas: Je etwa 80 Prozent der Kunden und der Entscheider sind davon überzeugt, dass KI wettbewerbsentscheidend ist.



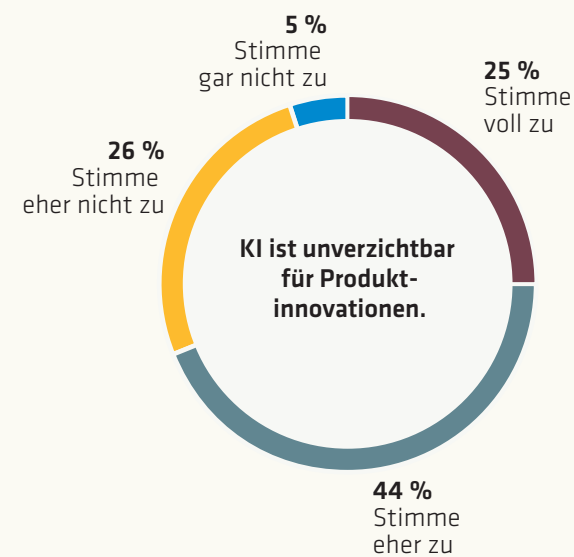
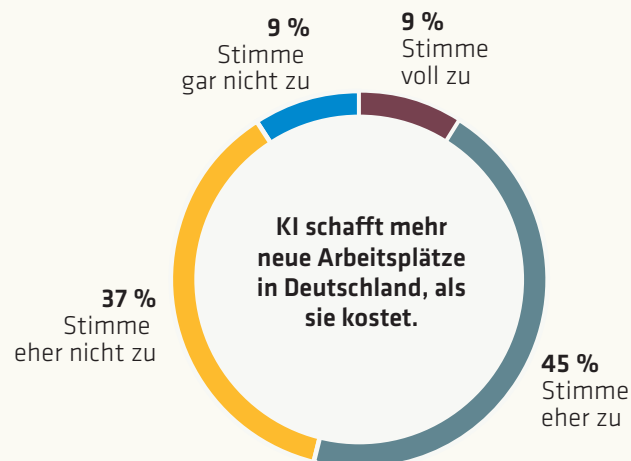
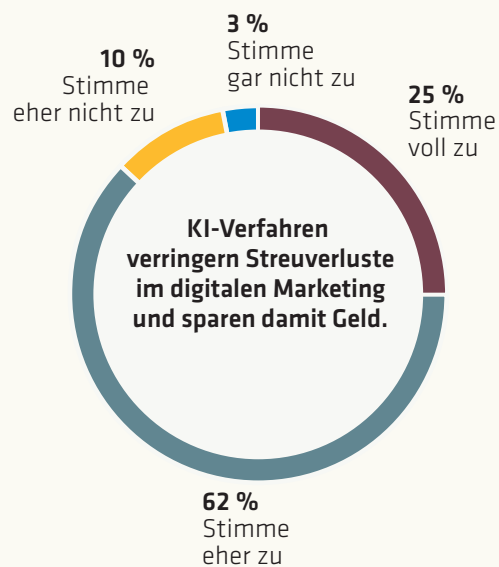
## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



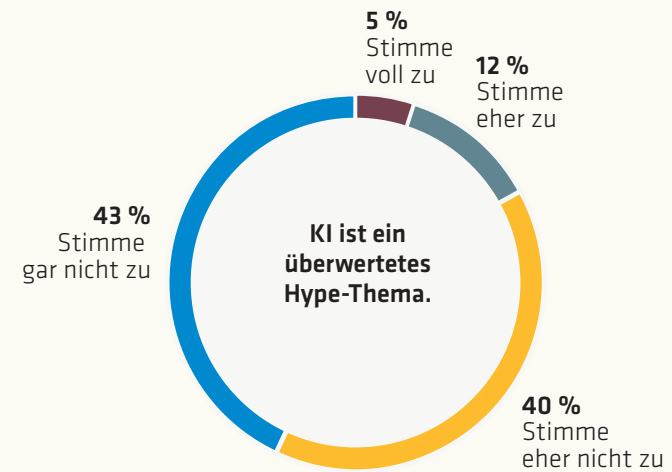
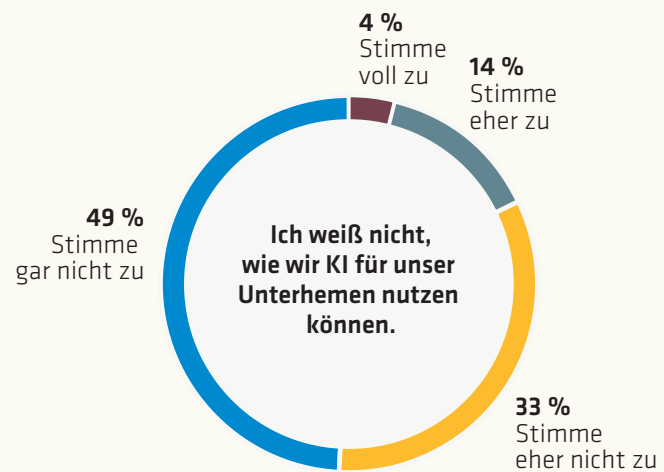
## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



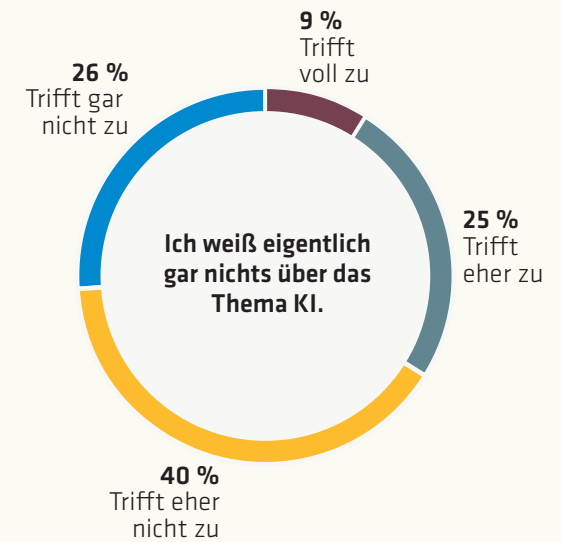
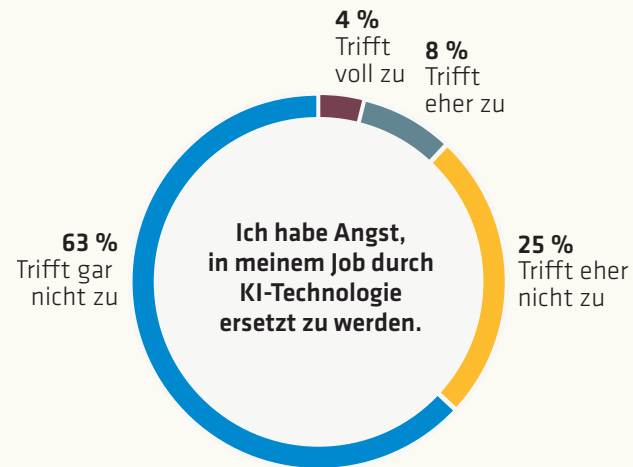
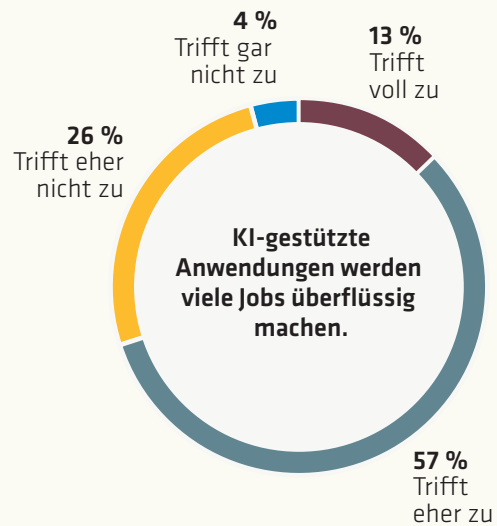
## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER

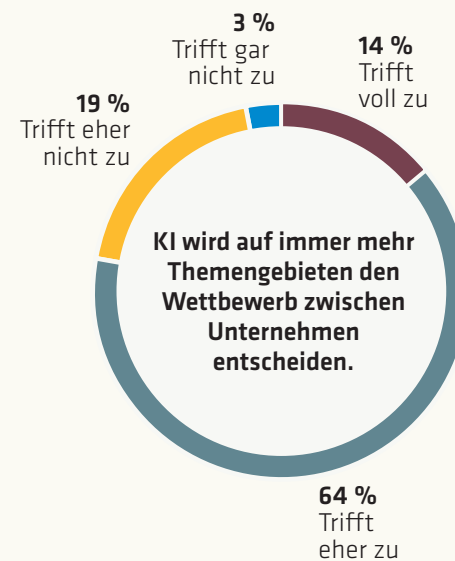
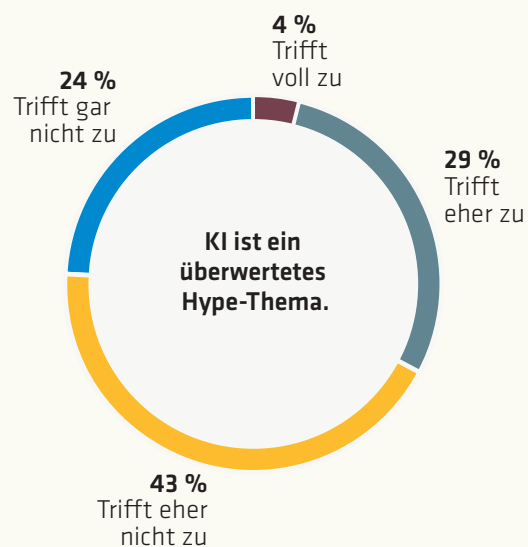
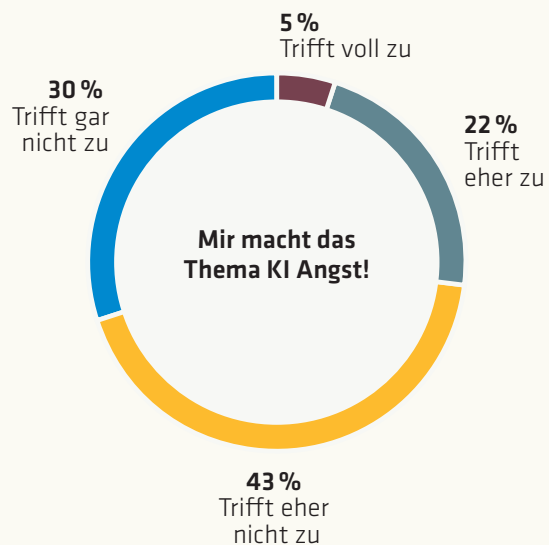


## KUNDINNEN/KUNDE

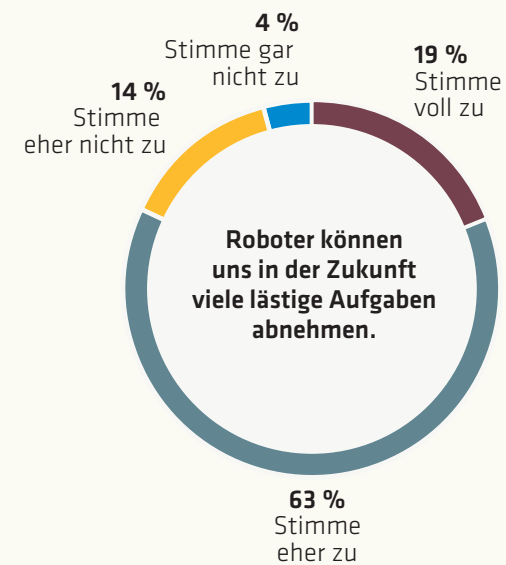
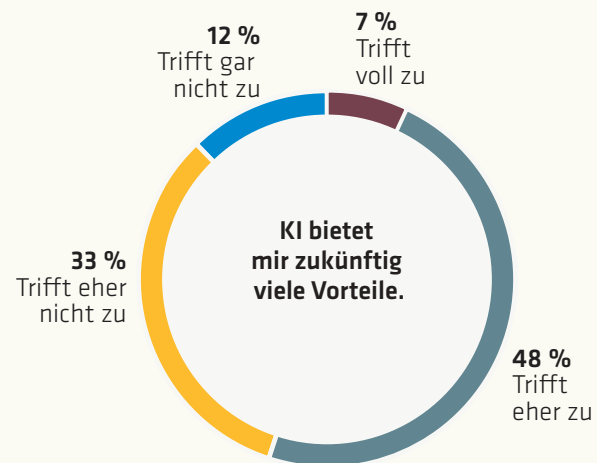




## KUNDINNEN/KUNDE



## KUNDINNEN/KUNDE



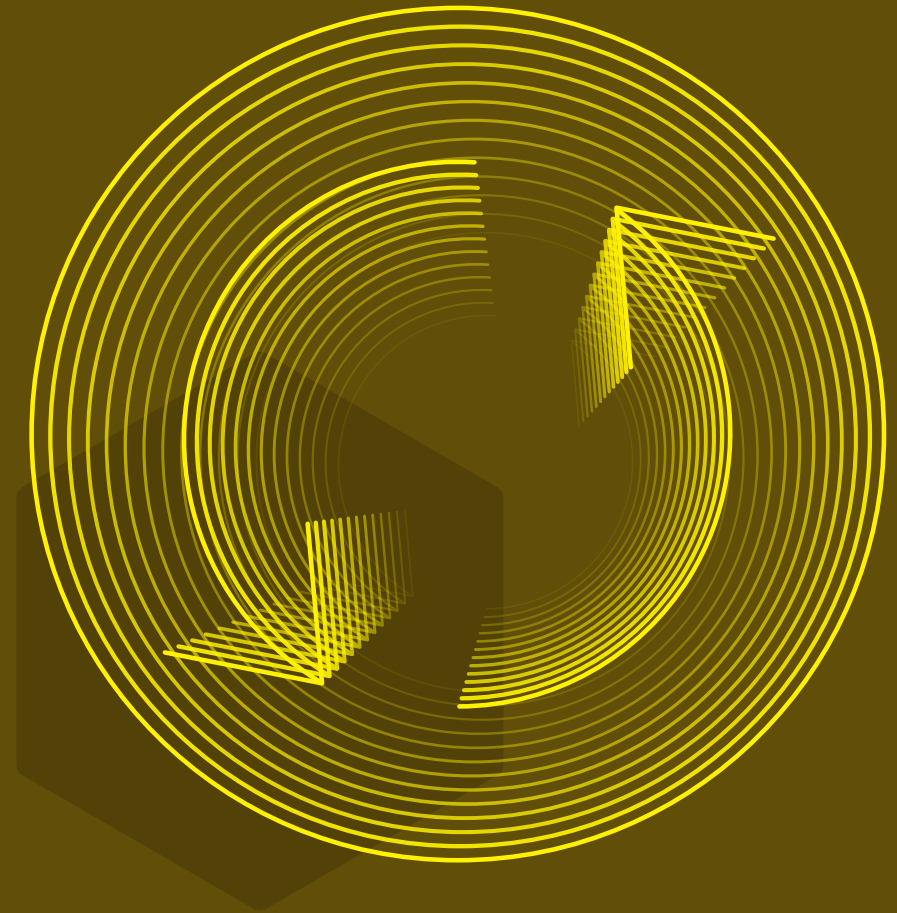
Nur 1/3 der Verantwortlichen ist mit der eigenen Aufstellung zufrieden.

## AUFSTELLUNG

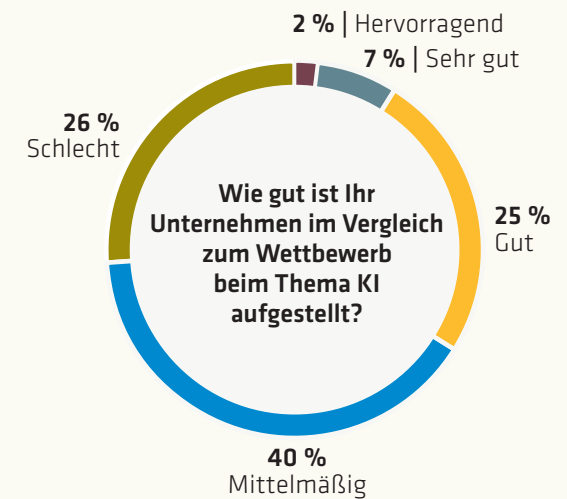
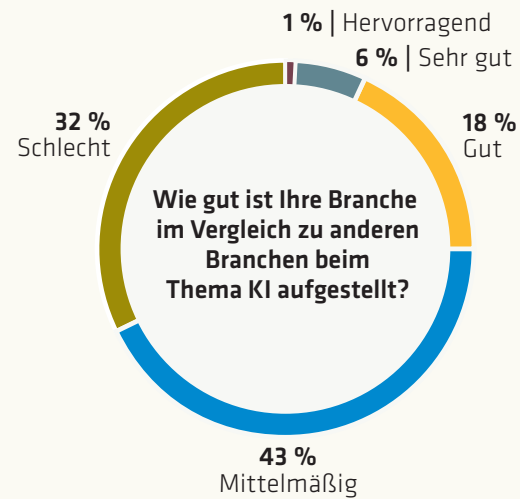
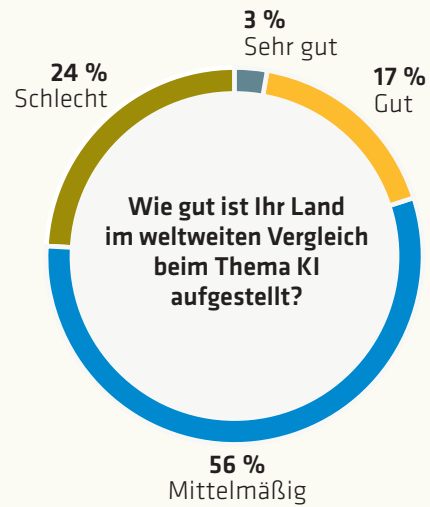
# Für Bestnoten reicht es lange nicht

Die Fragen nach der Aufstellung des eigenen Landes, der eigenen Branche und des eigenen Unternehmens sorgen für Stirnrunzeln bei den Unternehmensverantwortlichen:

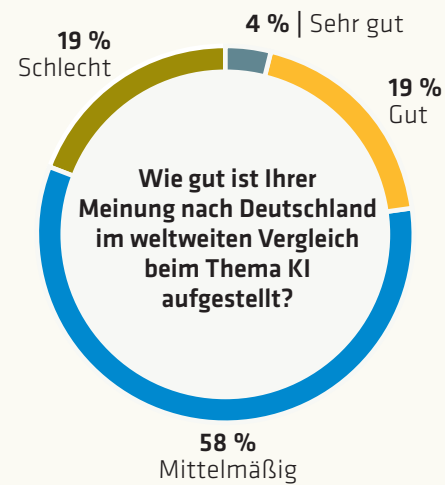
Die Mehrheit der Befragten schwankt in ihrer Antwort jeweils zwischen mittelmäßig und schlecht. Das eigene Unternehmen bildet leider keine Ausnahme: 40 Prozent halten die KI-Voraussetzungen für mittelmäßig; 26 Prozent sogar für schlecht. Kundinnen und Kunden schätzen die Situation in Deutschland fast genauso schlecht ein.



## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



## KUNDINNEN/KUNDE

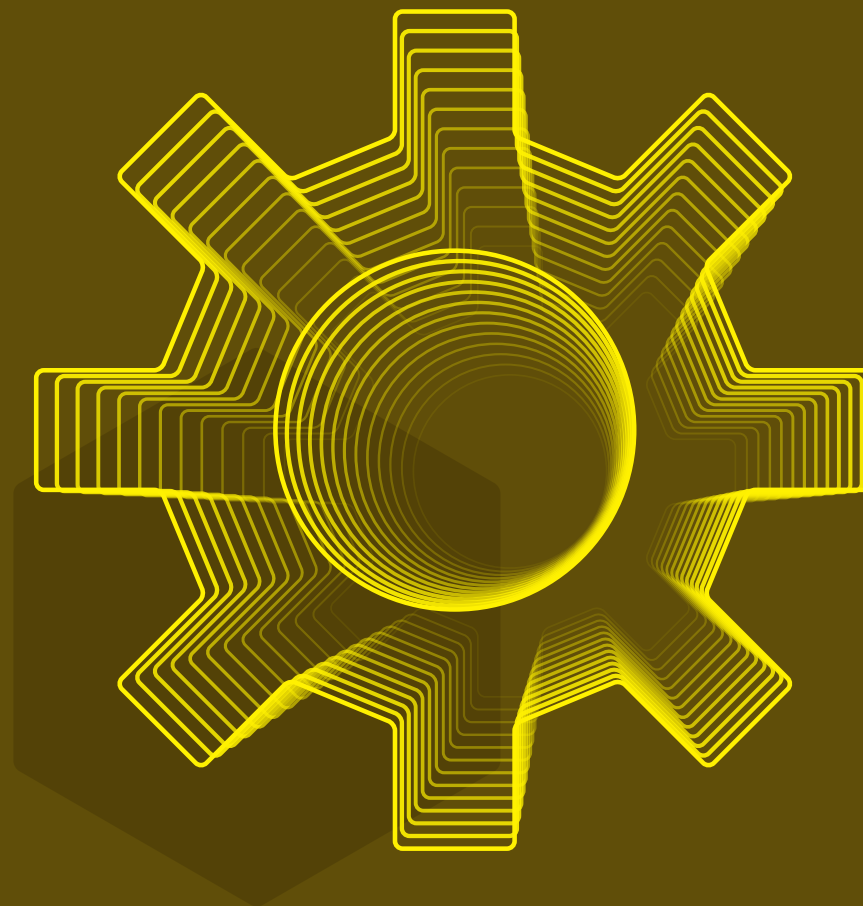


Für 1/3 sind individuelle, KI-basierte Preise undenkbar.

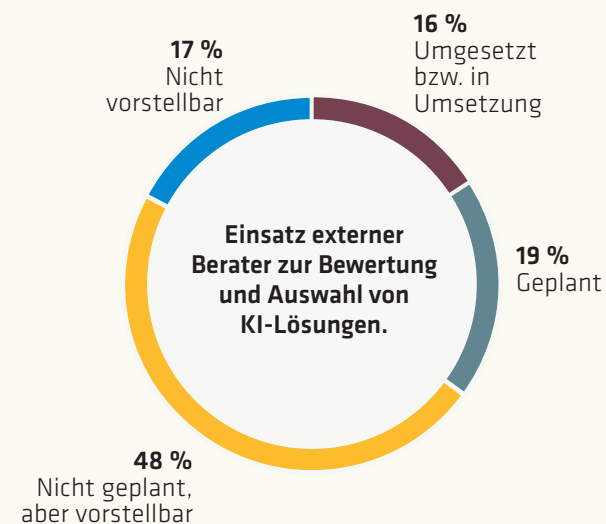
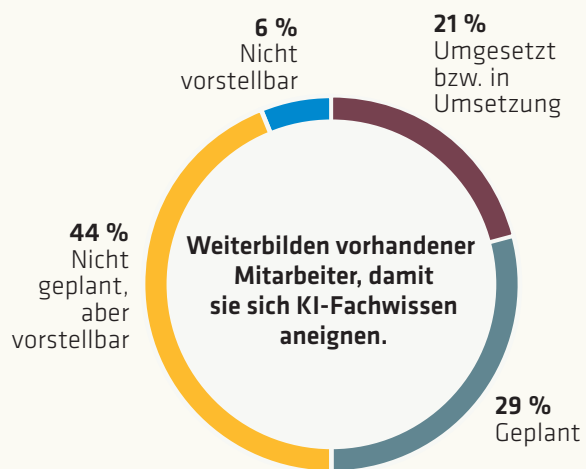
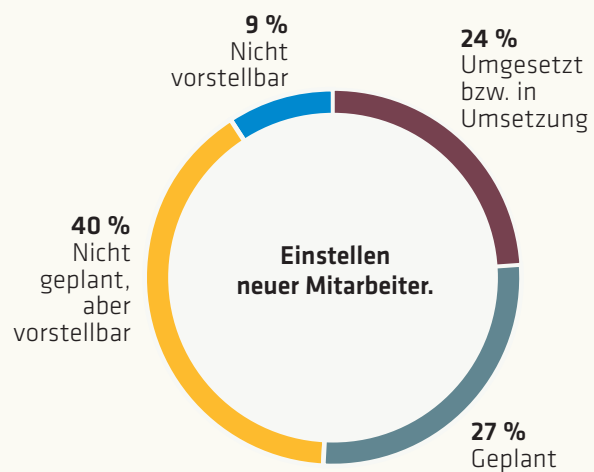
MASSNAHMEN

## Viele geplant, noch wenig umgesetzt

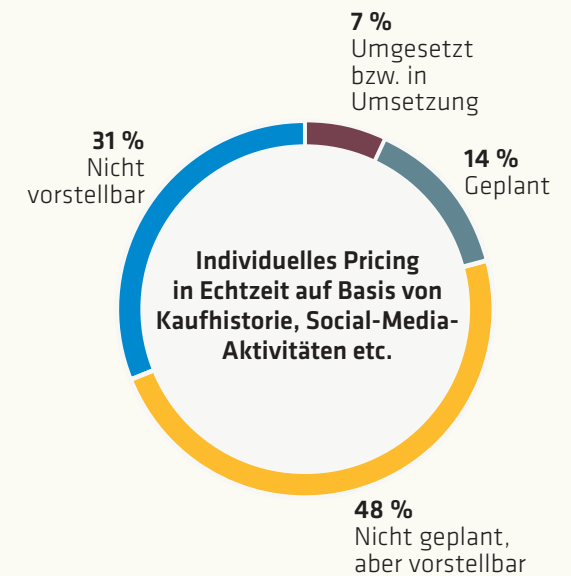
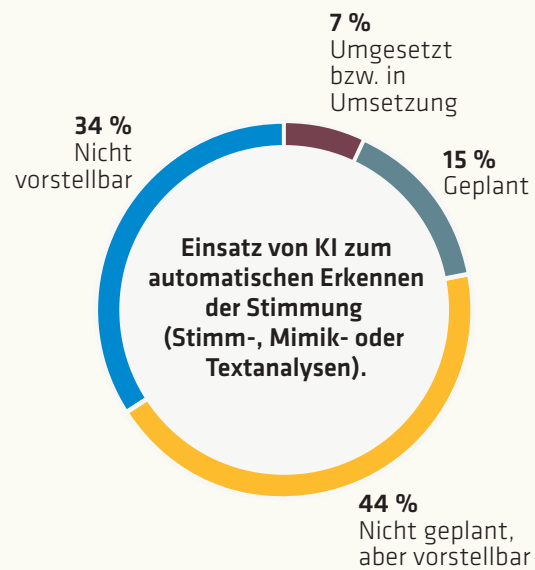
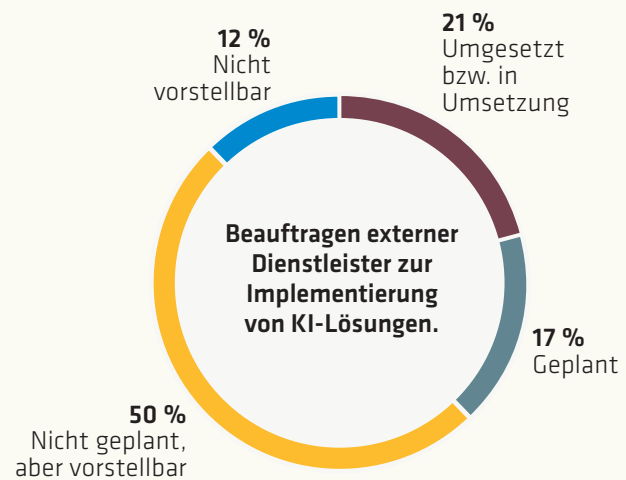
Ob Vertrieb, Marketing oder Service: KI-Anwendungen können in zahlreichen Unternehmensprozessen eine zentrale Rolle spielen. Und die Verantwortlichen zeigen sich offen für nahezu alle Themen – das zeigen die hohen Zustimmungswerte in der zur Kategorie „Nicht geplant, aber vorstellbar“. Für viele Unternehmen ist der Einsatz von KI-Anwendungen im CRM-System interessant: Insgesamt 46 Prozent der Befragten geben an, das bereits umgesetzt zu haben, sich gerade in der Umsetzung zu befinden oder dies konkret zu planen.



## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



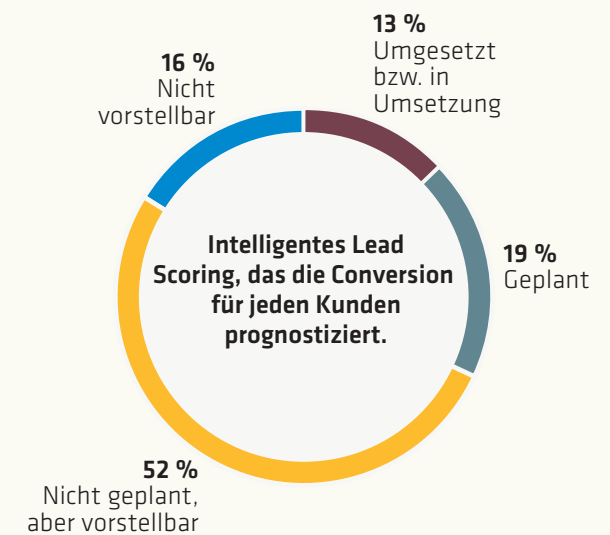
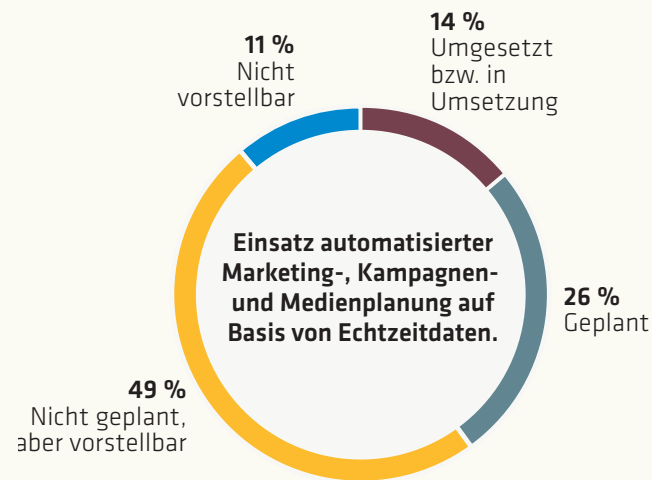
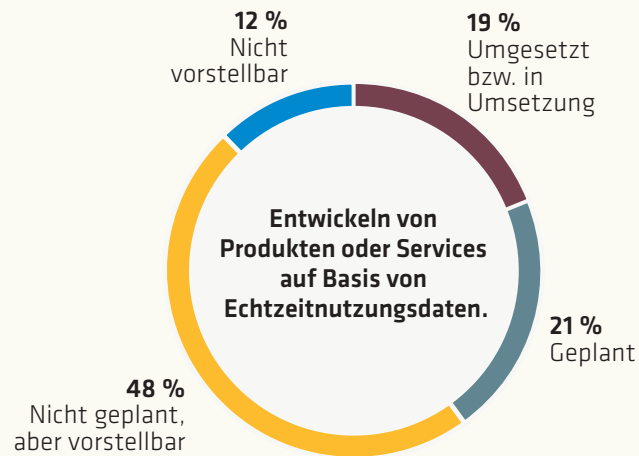
## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



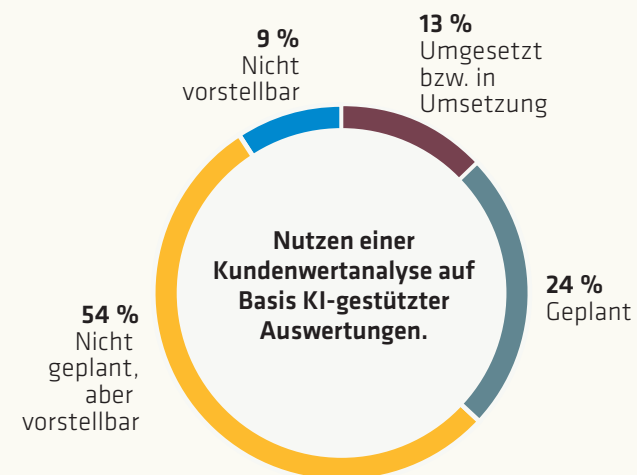
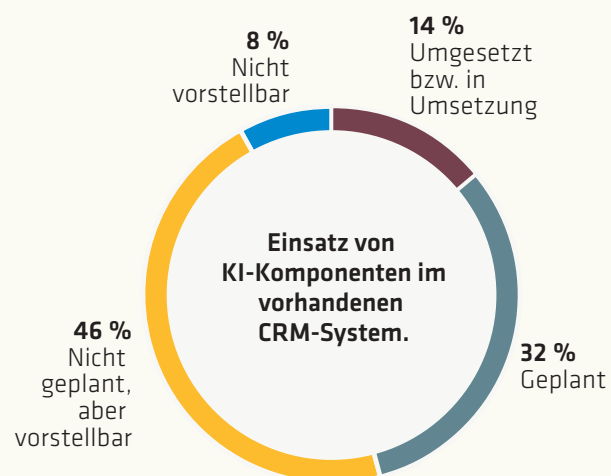
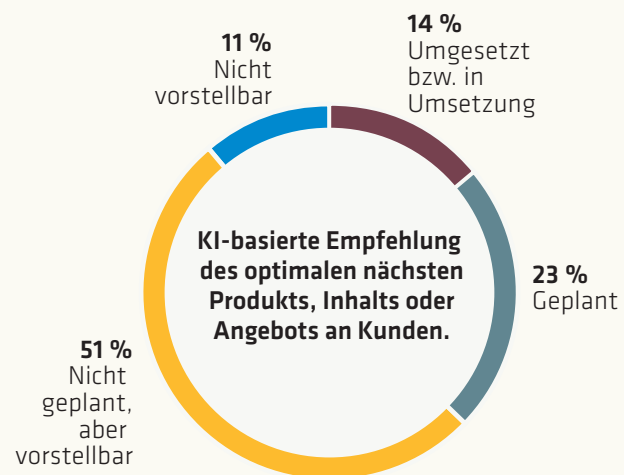
Quelle: adesso SE | [ki.adesso.de](https://ki.adesso.de)



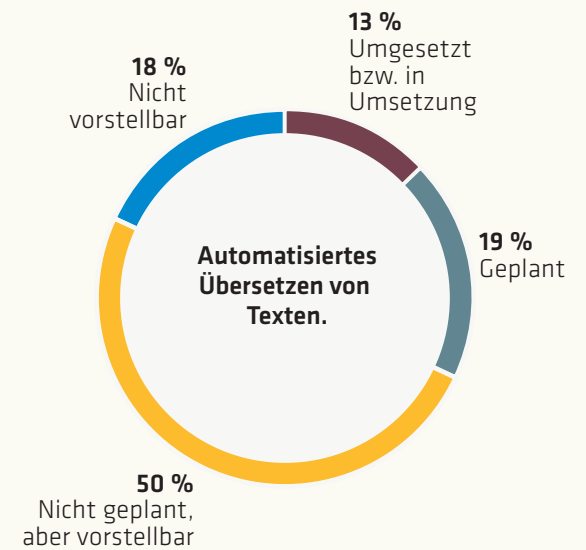
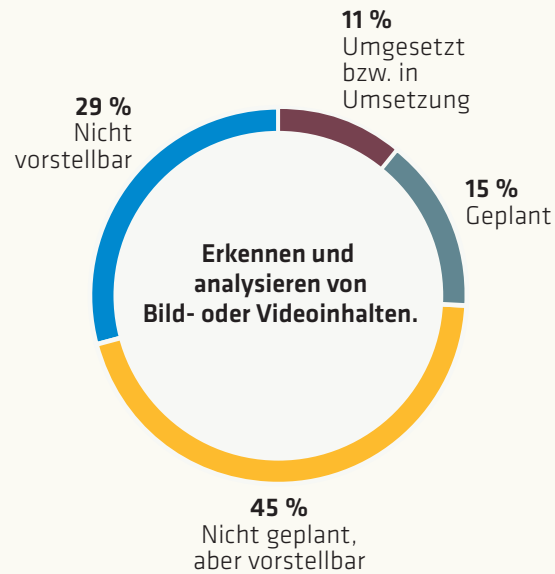
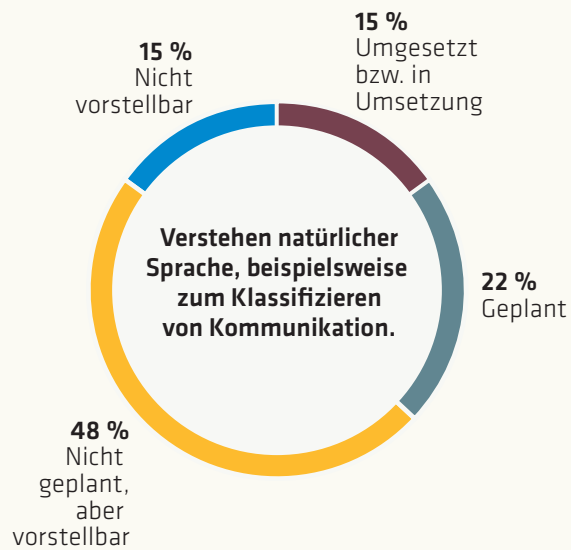
## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



Fast jedes dritte Unternehmen setzt auf Text-Chats.

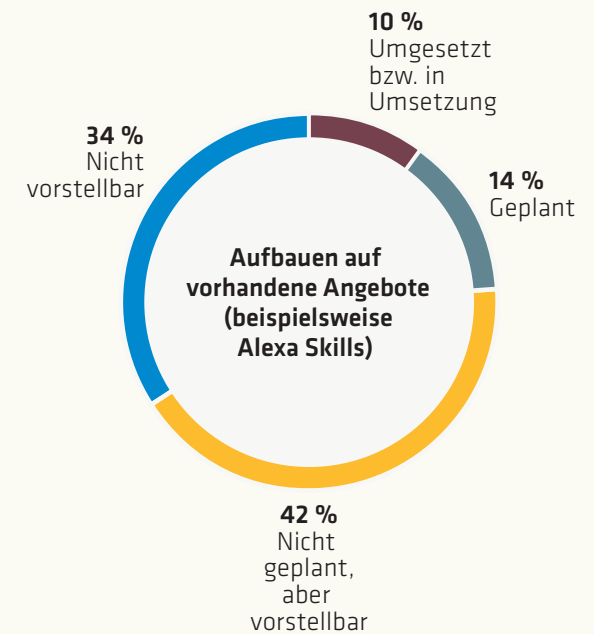
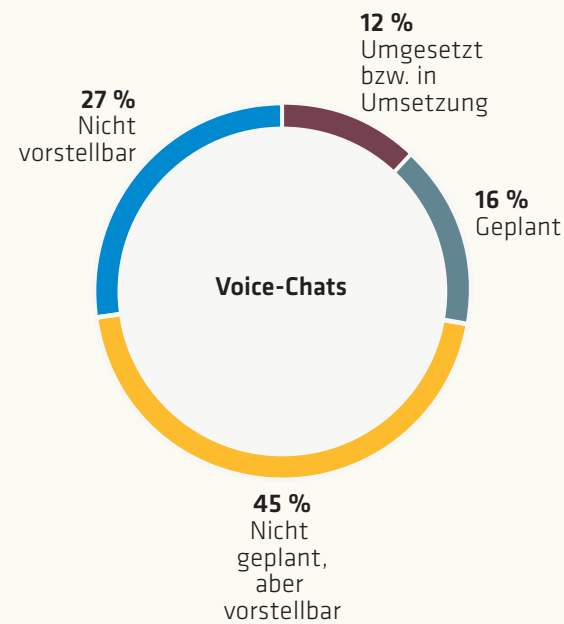
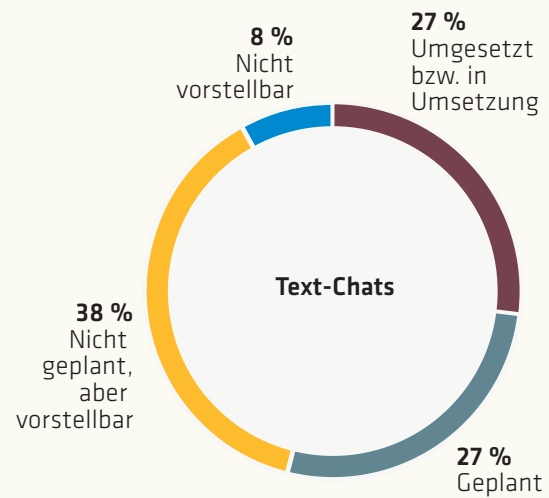
SPECIAL CHATBOTS

## Denn zum Reden braucht sie da

Chatbots sind für viele Unternehmen eines der ersten konkreten Einsatzszenarien für KI. Die dialogbasierten Systeme werden häufig in externen Serviceprozessen eingesetzt – und leisten hier auch gute Dienste. Die große Mehrheit der Kundinnen und Kunden kann sich vorstellen, mit einem Chatbot zu kommunizieren. Ein durchaus überraschendes Ergebnis: Diejenigen, die bereits Chatbot-Erfahrung haben, bewerten den Dialog durchaus positiv – 59 Prozent mit „gut“ oder besser. Die Anwendungen werden also nicht als nervig wahrgenommen, sondern als Hilfe. Aber: Der Anwendungsfall ist entscheidend. So kann sich nur eine Minderheit der Befragten vorstellen, mithilfe eines Chatbots ein Konto zu eröffnen. Als Berater beim Online-Einkauf kommt er hingegen für viele infrage.

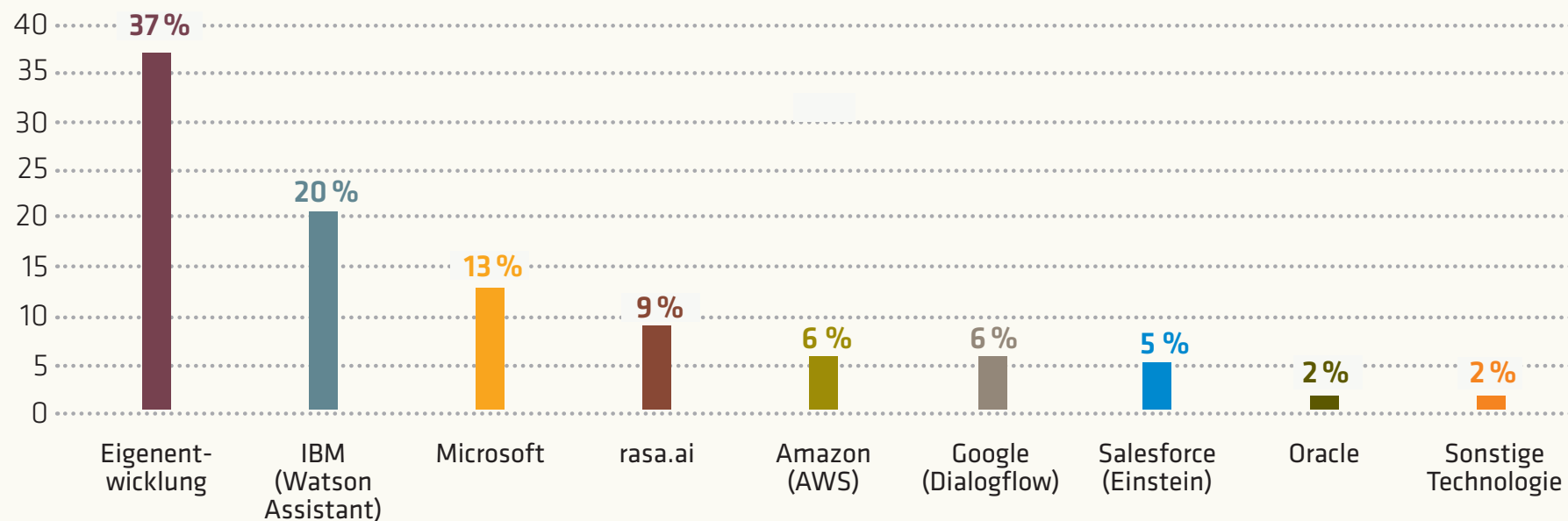


## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



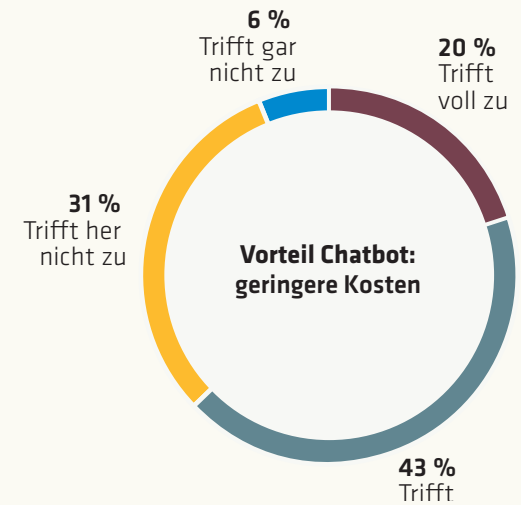
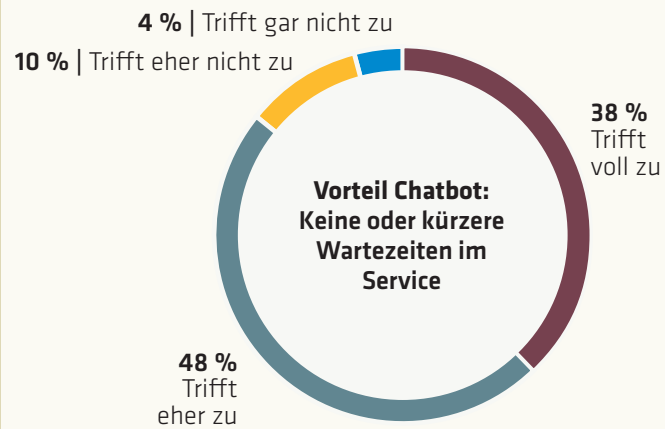
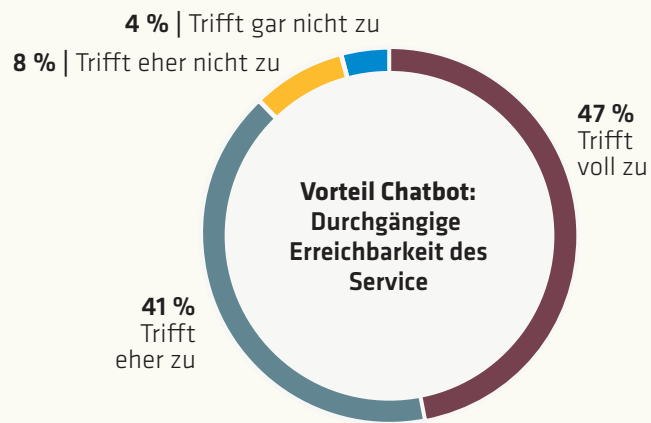
## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER

**Welche Technologieplattform setzen Sie beziehungsweise wollen Sie für Ihre Chatbot-Projekte einsetzen?**



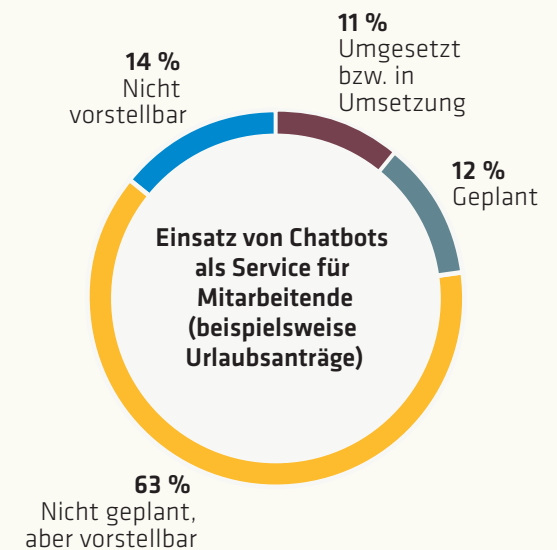
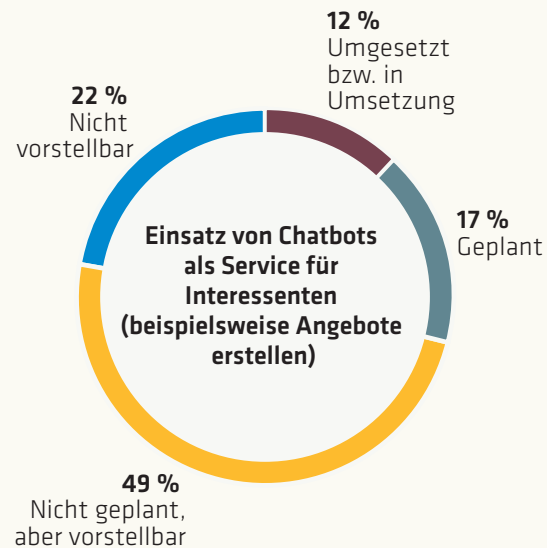
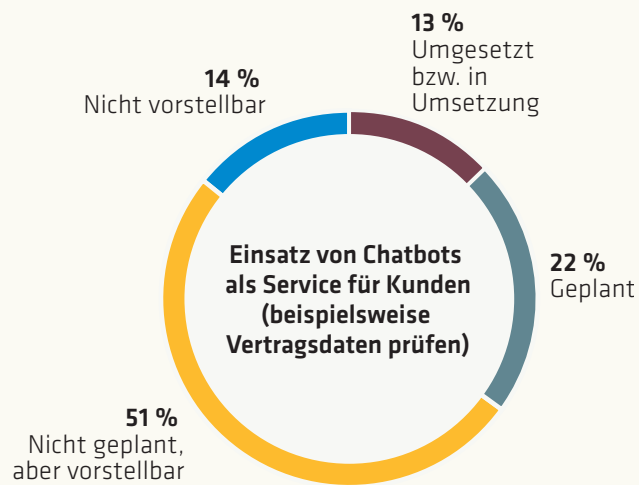
Quelle: adesso SE | [ki.adesso.de](https://www.ki.adesso.de)

## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



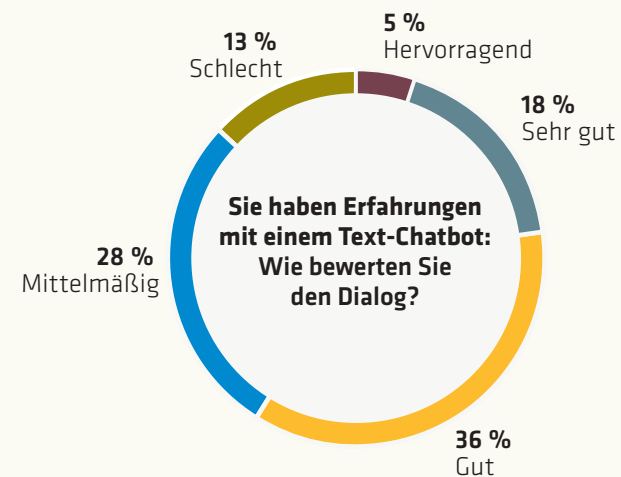
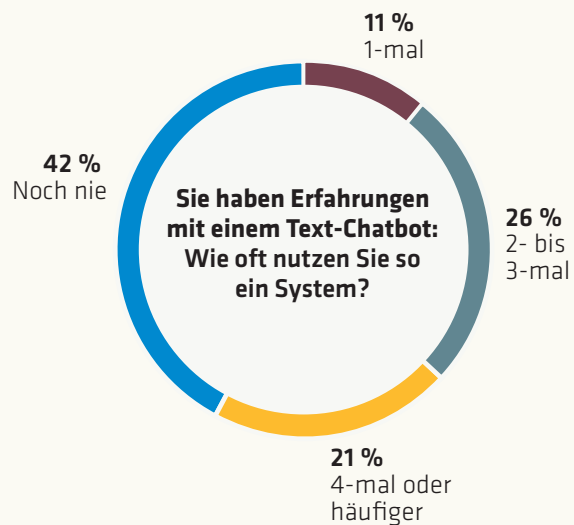
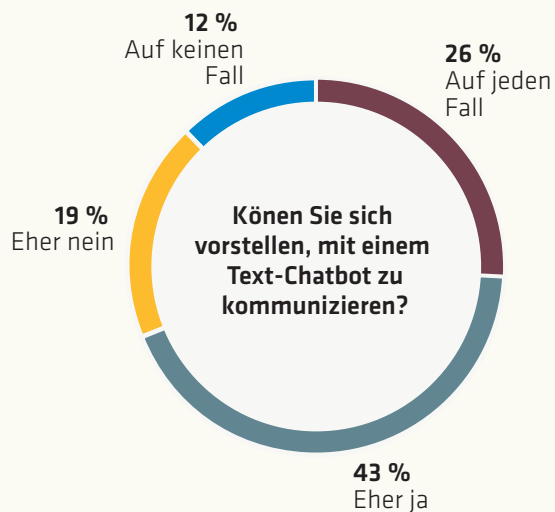
Quelle: adesso SE | [ki.adesso.de](https://www.ki.adesso.de)

## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



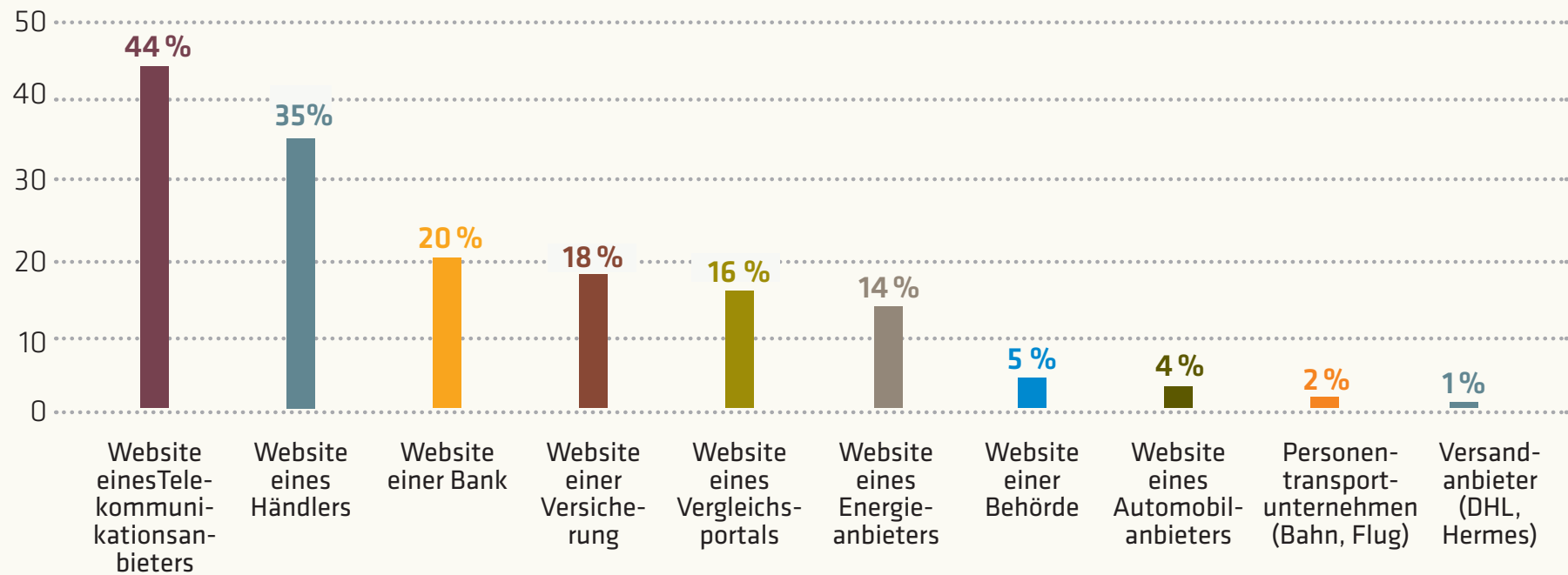


## KUNDINNEN/KUNDEN



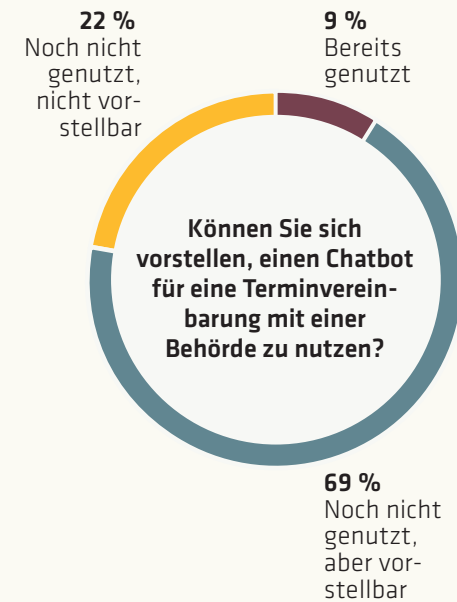
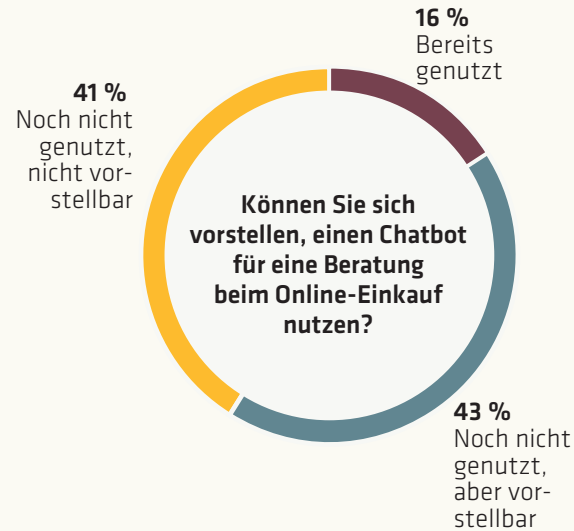
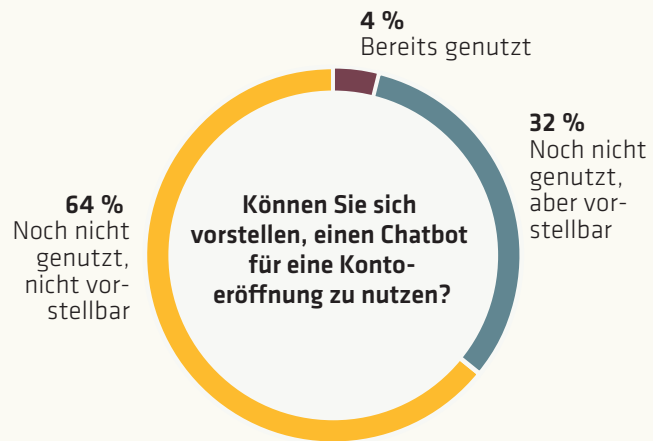
## KUNDINNEN/KUNDEN

Falls Sie schon Erfahrungen mit einem Chatbot haben, wo nutzen Sie so ein Angebot?

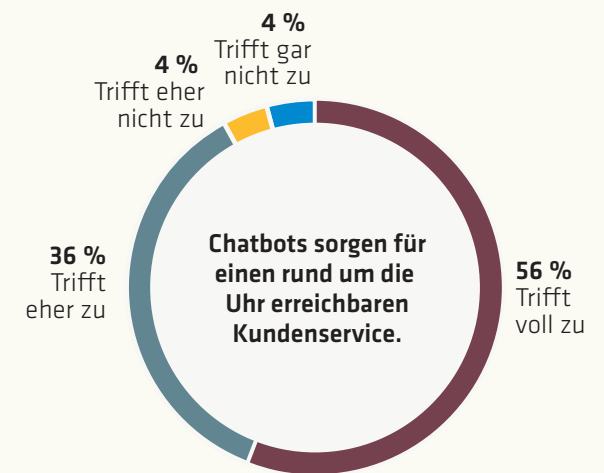
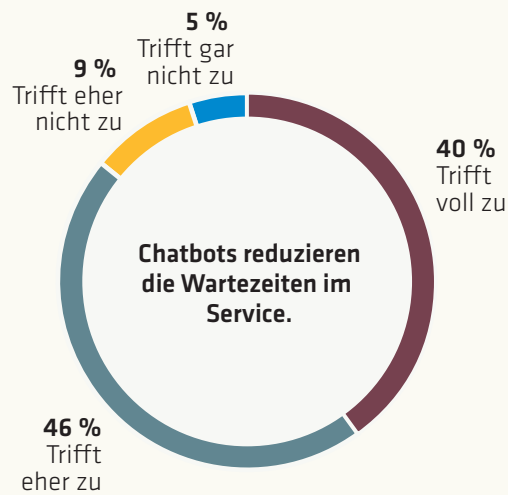
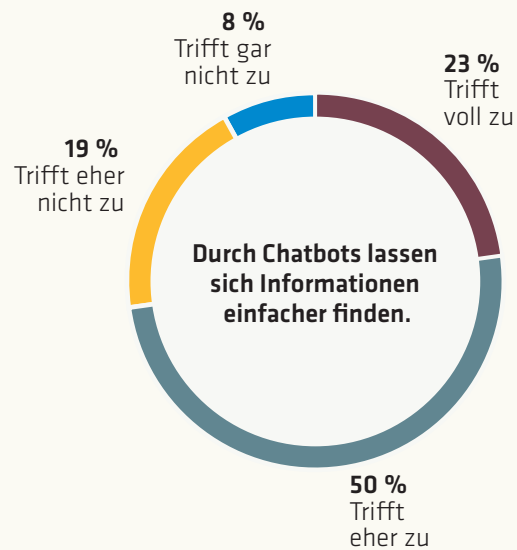


Quelle: adesso SE | [ki.adesso.de](https://www.ki.adesso.de)

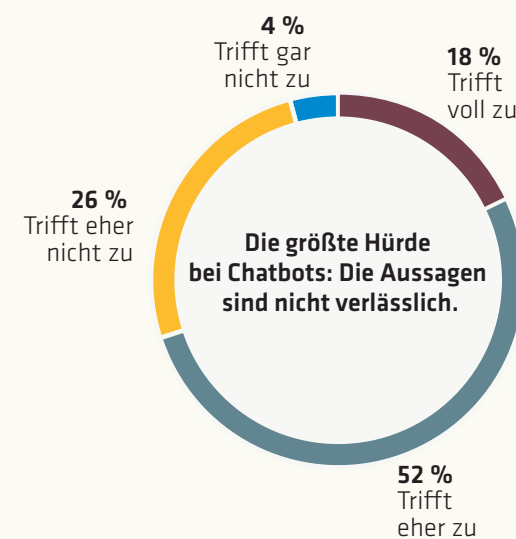
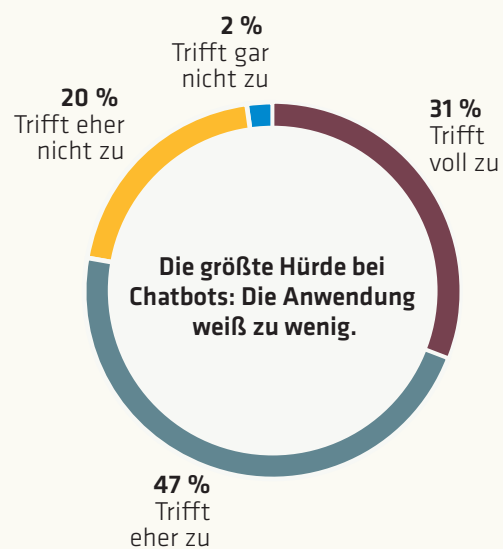
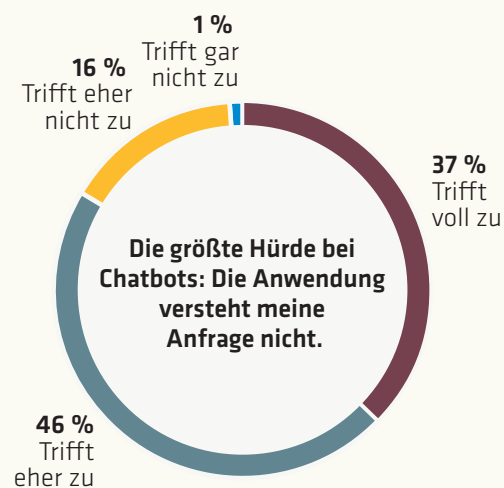
## KUNDINNEN/KUNDEN

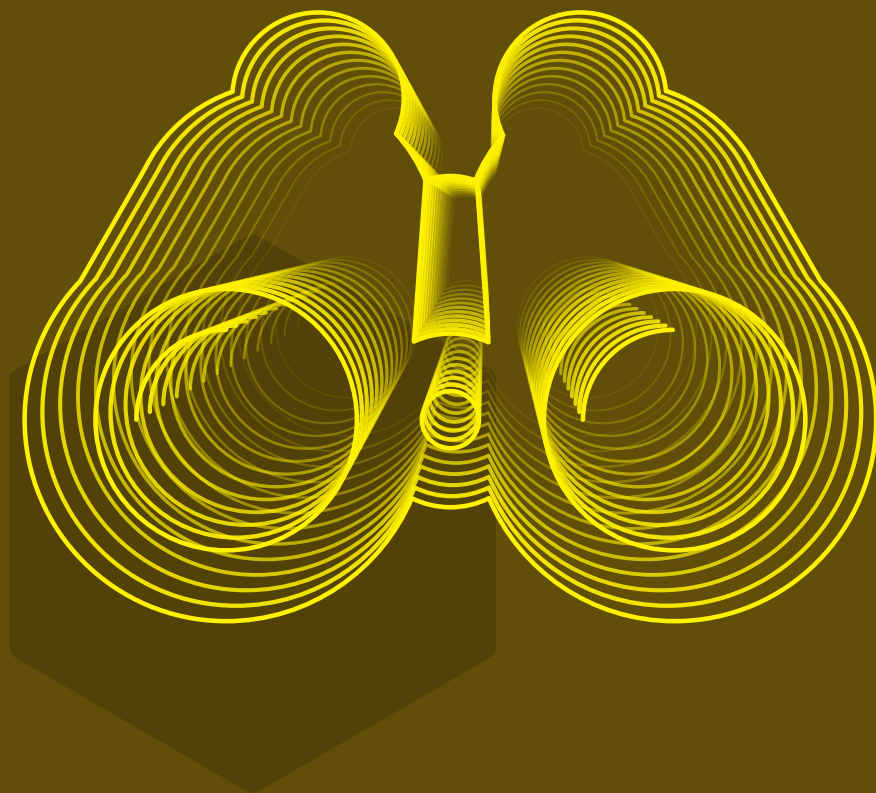


## KUNDINNEN/KUNDEN



## KUNDINNEN/KUNDEN



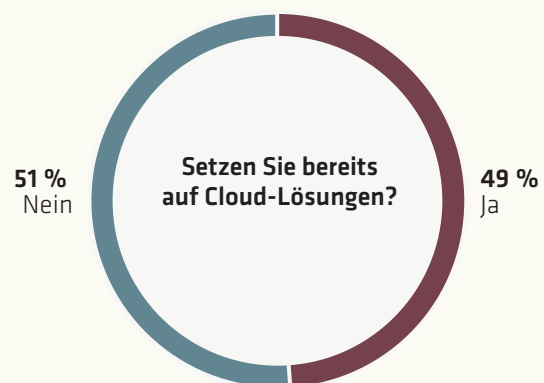


SPECIAL CLOUD

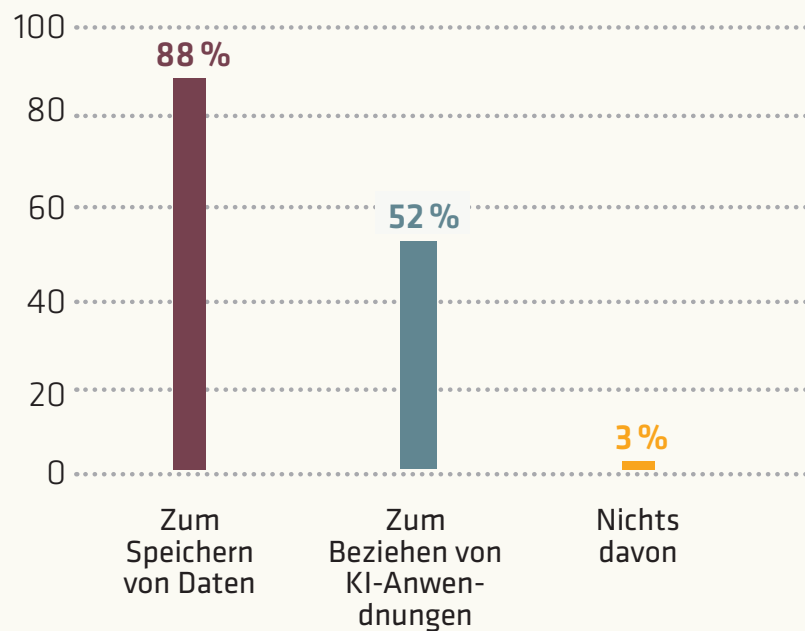
## Wolkig mit Infra auf KI

Die Technologie hinter der Technologie: Auch im KI-Umfeld spielen Cloud-Angebote diese Rolle. Und das inzwischen für eine stattliche Anzahl der Befragten: Ziemlich genau die Hälfte der Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit KI-Anwendungen haben, setzt auf Cloud-Lösungen. Ganz klassisch sehen viele Verantwortliche Vorteile bei den Kosten und – eng damit verbunden – bei dem geringeren Investment in eine eigene Infrastruktur. Beim Thema KI kommt die Möglichkeit hinzu, vorkonfigurierte Anwendungen über Cloud-Angebote zu beziehen. Für 86 Prozent der Entscheiderinnen und Entscheider ist das der zentrale Cloud-Vorteil. Wenig überzeugend sind dagegen die Datenschutzgarantien der Cloud-Anbieter: 66 Prozent sehen darin die größte Hürde im Cloud-Umfeld.

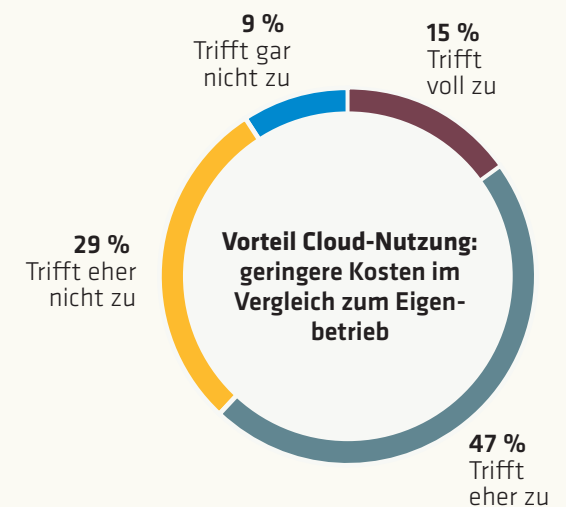
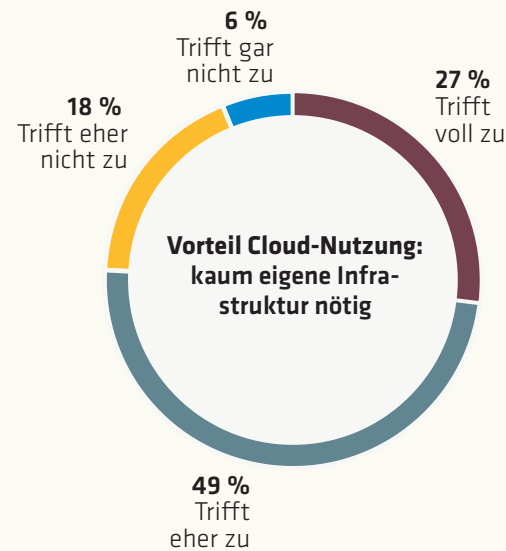
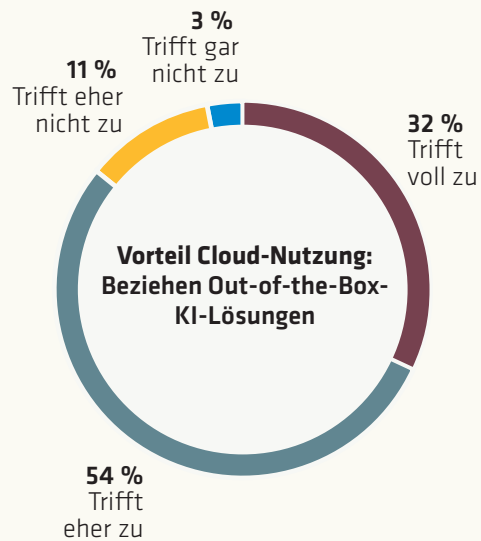
## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



## Falls ja, wofür nutzen Sie Cloud-Lösungen?

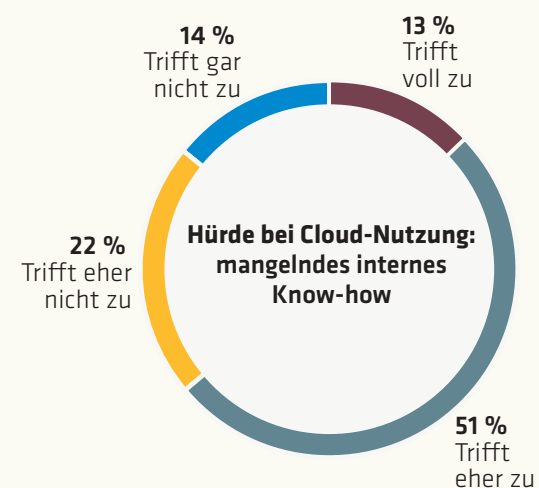
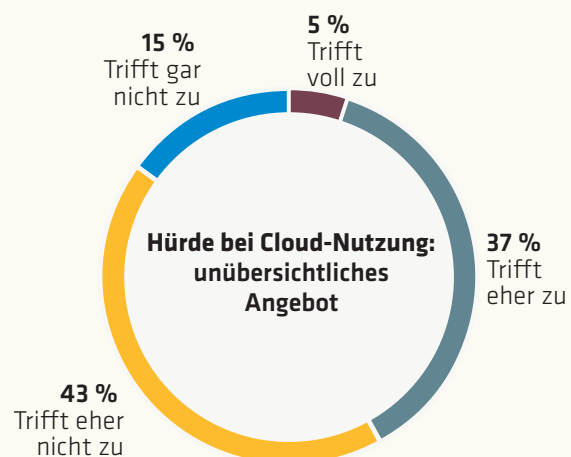
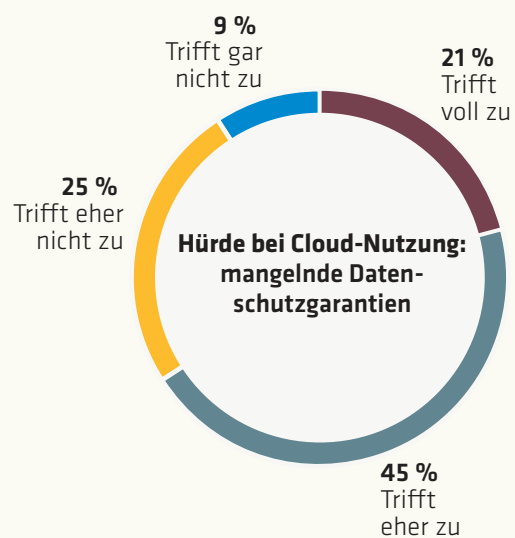


## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER





## ENTSCHEIDERINNEN/ENTSCHEIDER



## Prozesse anders sehen – Systeme anders bauen



### Anwendungsfälle entdecken

Abstrakte Gedankenspiele helfen Ihnen nicht dabei, KI-Potenziale zu sehen.

Aber unsere Anwendungsfälle. Vom Chatbot bis zur Textanalyse, von automatisierten Vertriebs- bis zu automatisierten Kommunikationsprozessen. Werfen Sie einen Blick darauf, was KI hier und jetzt verändert: im Fußball, im Auto, im Geschäft – und bald in Ihrem Unternehmen.

[www.ki.adesso.de](http://www.ki.adesso.de)



### KI-Systeme bauen

KI-Anwendungen sind das Ergebnis von sauber auf- und umgesetzten Projekten. Aber: Diese Systeme stellen andere Herausforderungen an das Entwickeln als klassische Informationssysteme. Das wirkt sich auf die Struktur von Projekten aus, das wirkt sich auf das nötige Fachwissen der Beteiligten aus. Das Vorgehensmodell „Building AI-based Systems“ ist unsere Antwort auf diese Besonderheiten.

[www.ki.adesso.de](http://www.ki.adesso.de)



### Experten finden

Beim Thema Künstliche Intelligenz werfen wir über 20 Jahre Erfahrung als IT-Dienstleister in die Waagschale. Wir bringen Instrumente, Vorgehensmodelle und Prozesse mit, die zu Ihren Zielen und Anforderungen passen. Unsere KI-Experten kennen die aktuellen Technologien und verstehen es, auf dieser Basis Geschäftsmodelle und Anwendungen zu entwickeln.

[www.ki.adesso.de](http://www.ki.adesso.de)



Frage

ki@adesso.de | ki.adesso.de

**adesso SE**

Adessoplatz 1  
44269 Dortmund  
Telefon 0231 7000-7000  
Telefax 0231 7000-1000  
info@adesso.de  
www.adesso.de