Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

20.02. 2019

Studie zeigt: Junge, einkommensstarke Schweizer sind Künstlicher Intelligenz gegenüber besonders aufgeschlossen

Von PPS



Bild Rechte
elaboratum

elaboratum gibt fünf Tipps für die Einführung von Künstlicher Intelligenz im Kundenservice

(Bern)(PPS) **Auch wenn Künstliche Intelligenz (KI) in aller Munde ist und als der Zukunftstrend im digitalen Business und Online-Marketing gilt: Bisher sind nur vereinzelt KI-gestützte Produkte und Services auf dem Schweizer Markt zu finden. Erstaunlich, bietet diese Technologie doch einschlägige Wettbewerbsvorteile und Potenzial für zahlreiche Innovationen. Grundvoraussetzung, damit der Einsatz von KI für Unternehmen zum Erfolg wird, ist die Akzeptanz der Kunden. Die Digitalberatung elaboratum suisse hat deshalb eine Studie zur Akzeptanz von Künstlicher Intelligenz am Beispiel KI-gestützter Online-Services in der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsbranche durchgeführt. Dabei ist eines deutlich geworden: Um die Akzeptanz zu steigern, sollten Unternehmen die Erstnutzung von KI möglichst einfach gestalten und die Kunden strategisch begleiten. Denn ihre positive Einstellung gegenüber KI steigt signifikant, sobald sie diese**

schon einmal genutzt haben.

Wie kann man die positive Einstellung der Online-Kunden steigern, damit sie KI-gestützten Services offener gegenüber stehen? elaboratum suisse hat eine Untersuchung durchgeführt, um mehr über Erwartungen, Nutzen und Akzeptanzkriterien von Künstlicher Intelligenz zu erfahren. Dazu hat die Unternehmensberatung insgesamt 633 Schweizer und Schweizerinnen über ein Online-Panel repräsentativ nach Alter und Geschlecht befragt. Neben allgemeinen Fragen zur Nutzung von Künstlicher Intelligenz und Erfahrungen damit wurden die Studienteilnehmer auch zu ganz konkreten Anwendungsfällen mit Künstlicher Intelligenz befragt, beispielsweise einem Chatbot zur Produktberatung oder Kundenanfragen, die mit Hilfe von Natural Language Processing (NLP) bearbeitet werden.

Erfahrene Nutzer sind aufgeschlossener

Interessant: Über die Hälfte der Konsumenten weiss gar nicht, ob sie schon einmal mit Künstlicher Intelligenz zu tun hatte. Für die Probanden scheint es schwierig zu sein, Künstliche Intelligenz auf Webseiten überhaupt zu erkennen. Wie die Studie zeigt, sind nur 28 Prozent aller Probanden, die noch keinerlei Berührungspunkte mit KI hatten, KI gegenüber positiv eingestellt. Ganz anders der Wert bei den erfahrenen Nutzern: Von ihnen sagten 49 Prozent aus, Künstlicher Intelligenz gegenüber aufgeschlossen zu sein. Aber wer sind diese Nutzer, die bereits KI verwenden und ihr positiv gegenüber eingestellt sind? Die Studie zeigt, dass Verantwortliche von KI-Services sich auf jüngere, männliche oder einkommensstarke Kundensegmente konzentrieren sollten.

Wichtigste Akzeptanzkriterien für KI: Qualität und Datenschutz

Doch welche Faktoren steigern die Akzeptanz von Künstlicher Intelligenz? Laut Studie sind Qualität und Datenschutz die wichtigsten Akzeptanzkriterien bei Online-Services mit Künstlicher Intelligenz. Auch auf einfache Bedienung und Nutzerfreundlichkeit legen die Befragten grossen Wert. In der Umsetzung können Unternehmen entsprechend z. B. bei einem Chatbot eine gute Nutzerführung durch vorgegebene

Antwortoptionen etablieren, um nicht ausschliesslich über aufwändigere Freitexteingaben zu interagieren. Ausserdem wichtig: Da aktuell nur wenige Nutzer einer KI eher als einem Menschen vertrauen, sollten Unternehmen der Skepsis der Nutzer mit Erläuterungen und der Kombination der Services mit einem menschlichen Ansprechpartner als Fallback-Lösung begegnen. Dennoch ist die KI in der Vertrauensfrage nicht als absolut abgeschlagen zu erachten. Auch wenn die Mehrheit der Nutzer klar einem Menschen mehr Vertrauen schenkt, ist erstaunlich, dass bereits über ein Drittel KI und Menschen gleichermassen vertraut. Studienautor Marco Schulz, Director elaboratum suisse GmbH, betont: „Hierin steckt ein riesiges Potential für sinnvolle und kundenzentrierte KI-Services, die auf breitere Akzeptanz stossen."

Fünf Tipps zur erfolgreichen Einführung von Services mit Künstlicher Intelligenz

Was können Schweizer Unternehmen aus den Studienergebnissen lernen? Und was sollten sie beachten, wenn sie Künstliche Intelligenz einführen wollen? elaboratum gibt **fünf Tipps**, wie die Einführung gelingen kann:

1. **Ohne Nutzen keine Nutzung:** Unternehmen sollten keinen KI-Service anbieten, nur um der KI willen. Der Kunde nutzt einen Service nicht, nur weil KI darüber steht. Im Mittelpunkt muss also der Nutzen des Services für den Kunden stehen! Das kann eine schnellere Bearbeitung seiner Anfrage oder die sofortige, passende Antwort eines Service-Chatbots nachts um 23 Uhr sein.
2. **Mensch und Maschine – gemeinsam geht es besser:** Kunden vertrauen einem menschlichen Ansprechpartner deutlich mehr als Künstlicher Intelligenz. E-Commerce-Unternehmen sollten daher dem Kunden vermitteln, dass am Ende des Services ein Mitarbeiter sitzt, der ein auffälliges Ergebnis nochmals prüft oder zu dem der Chatbot einen verfahrenen Dialog rechtzeitig ausleitet. Co-Studienautorin Claudia Brinkmann, Senior Consultant bei elaboratum, rät: „Den Wunsch vieler Probanden, neben der Interaktion mit der KI auch die Möglichkeit zu haben, einen zusätzlichen menschlichen Ansprechpartner kontaktieren zu können, sollten Unternehmen bereits bei der Anforderungsanalyse und Planung von KI-gestützten Services berücksichtigen."
3. **KI ersetzt nicht die User Experience (UX):** Auch bei Services, in die KI integriert ist, gilt wie für andere Online-Services und Funktionen: Kundenzentriert konzipieren und implementieren. Um hochwertige KI-Services

zu entwickeln, ist eine Verknüpfung von sinnvoller KI-Integration, ganzheitlichem Denken in Customer Journeys und guter User Experience entscheidend. Diese Kombination gestaltet sich dabei oftmals nicht trivial, da schon die Disziplinen einzeln betrachtet ausreichend komplex sind.

4. **Qualität und Datenschutz – Dreamteam für mehr Akzeptanz:** Wie die oben vorgestellte Studie zeigt, sind Qualität und Datenschutz die wichtigsten Akzeptanzkriterien bei Online-Services mit KI für den Kunden. Obwohl dies auch für Services ohne KI der Fall ist, sollten Unternehmen die Bedenken ihrer Kunden ernst nehmen: So reagieren Kunden beispielsweise eher überrascht und verunsichert, wenn ein Chatbot im Kundenportal auf bestehende Verträge oder bereits getätigte Käufe anspricht. Auch wenn diese Informationen über Kunden im Kundenportal verfügbar sind, sollten Unternehmen sorgfältig prüfen, ob im ersten Schritt wirklich alle technischen Umsetzungsmöglichkeiten bezüglich personenbezogener Daten zwingend notwendig sind.
5. **Dieses Produkt kann Spuren von KI enthalten:** Habe ich es jetzt eigentlich mit KI zu tun? Fast die Hälfte aller Befragten hat in der Untersuchung angegeben, dass sie häufig nicht weiss, ob sie bereits einen Service mit KI genutzt hat, oder nicht. Daher sollten Unternehmen beispielsweise beim Einsatz eines Chatbots den Kunden am Anfang der Kommunikation darüber informieren, dass er mit diesem Tool Künstliche Intelligenz nutzt. Weiss der Kunde, dass es sich bei seinem Gegenüber lediglich um eine Maschine handelt, sieht er ihr eher nach, wenn eine Antwort etwas unhöflich oder sperrig klingt. Auch eine falsch verstandene Frage wird er einem Bot eher nachsehen. Aber Achtung: Allein der Hinweis berechtigt das E-Commerce-Unternehmen noch lange nicht, die Geduld des Kunden überzustrapazieren. Wiederholt ein Kunde seine Frage, sollte der Chatbot die Wiederholung erkennen und dann entweder sein begrenztes Wissen eingestehen oder die Konversation an einen Service-Mitarbeiter übergeben.

Die Studie zeigt, dass Kunden oft eine falsche Vorstellung von Künstlicher Intelligenz und ihren Einsatzmöglichkeiten haben. Wer seine Kunden aufklärt und bei der Erstnutzung begleitet, kann die Akzeptanz für seine KI-Services erheblich steigern. Das ist ein wichtiger erster Schritt, um in Zukunft das Potenzial von KI nutzen zu können.

Über die Studie

Die Studie „Akzeptanz von künstlicher Intelligenz in der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsbranche“ von elaboratum suisse New Commerce Consulting untersucht Empfindungen, Nutzung und Akzeptanzkriterien und beantwortet folgende Fragen:

- Welche Erfahrungen haben Kunden bereits mit KI gemacht und wie sind sie KI gegenüber eingestellt?
- Welche Anforderungen oder Kriterien sind zu beachten, damit ein KI-gestützter Service in Anspruch genommen wird?
- Welche Nutzersegmente sind KI gegenüber offener und vertrauen eventuell KI schon mehr als dem menschlichen Ansprechpartner? Kann eine KI den Menschen schon gänzlich ersetzen?
- Unterscheidet sich die Akzeptanz von KI in verschiedenen Anwendungsszenarien aus der Finanzdienstleistungsbranche?

elaboratum hat die Akzeptanz von KI-gestützten Services und Produkten in der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsbranche anhand von vier Use-Cases untersucht und die Kriterien bewerten lassen, die den Nutzern wichtig sind, um KI-gestützte Services in Betracht zu ziehen.

Befragt wurden über 600 repräsentativ ausgewählte Schweizer Internetnutzer*, die bereits Onlineerfahrung mit ihrer Bank, Fondsgesellschaft und/oder Versicherung gemacht haben.

*Die Probandenstruktur ist für die Schweiz nach Geschlecht (m/w) und nach Alter (18-65 Jahre) bevölkerungsrepräsentativ.

Die vollständigen Studienergebnisse für die Schweiz erhalten Sie hier: elaboratum.ch/studie-akzeptanz-ki-finanz-versicherung

Bild: Marco Schulz, Director elaboratum suisse GmbH

Über die Organisation:

Über elaboratum suisse New Commerce Consulting
elaboratum bietet Herstellern, Händlern und Finanzdienstleistern ganzheitliche Digitalisierungs-, E-Commerce- und Cross-Channel-Beratung aus einer Hand – von Strategie über Technology-Guidance und Konzeption bis hin zu Umsetzungsbegleitung, Vermarktung, Forschung und Testing. Bei elaboratum arbeiten Spezialisten mit nachgewiesenen Erfolgen aus dem Top-Management der

grössten E-Commerce-Player, Versicherungen und Finanzdienstleister.

Unsere Berater führen Expertise in Technologie, Konzeption, User Experience und Online-Marketing zusammen. elaboratum kennt die Best Practices unterschiedlichster Branchen und unterstützt dabei, Projekte ganzheitlich zum Erfolg zu führen. Zu den Kunden der expandierenden, unabhängigen Beratung mit Sitz in Bern und Standorten in München und Köln zählen Cross-Channel-Unternehmen und Pure Player vom Mittelständler bis zum Grosskonzern.

Weitere Informationen: www.elaboratum.ch

Pressekontakt:

elaboratum suisse
Marco Schulz
Director
Gerechtigkeitsgasse 80
3011 Bern

Tel. + 41 31 557 27 67
marco.schulz @ elaboratum.ch

Agenturkontakt:

ProComm e.U.
Gabriela Mair
Urbangasse 21/1/11
1170 Wien

Tel. +43 (0)1 4085794
g.mair @ procomm.biz

Kategorie

Wissenschaft & Forschung & Bildung

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/studie-zeigt-junge-einkommensstarke-schweizer-sind-kuenstlicher-intelligenz*