



Forbes-Studie zeigt: Ethik und Verantwortung spielen große Rolle beim Unternehmenseinsatz von KI

92 Prozent der KI-"Leaders" setzen bereits auf spezielle Trainings für ihre Technologieexperten

Heidelberg, 27. September 2018 - Der verantwortungsvolle Umgang mit künstlicher Intelligenz (KI) wird im Business-Umfeld immer wichtiger - das zeigt auch eine aktuelle Studie von Forbes Insights. Demnach führen 70 Prozent der Unternehmen weltweit, die KI bereits einsetzen, ethische Trainings für ihre Mitarbeiter in der IT durch. 63 Prozent verfügen sogar über Ethikkommissionen, um den Umgang mit KI zu bewerten. Die Studie *AI Momentum, Maturity and Models for Success*, die Forbes Insights mit Unterstützung von SAS, Accenture Applied Intelligence und Intel durchgeführt hat, befragte 305 Business-Leaders weltweit, von denen mehr als die Hälfte Chief Information Officer, Chief Technology Officer oder Chief Analytics Officer sind.

Die Ergebnisse zeigen einen klaren Zusammenhang zwischen Thought Leadership und ethischem Bewusstsein. Unternehmen, die ihre KI-Implementierung als erfolgreich bezeichnen, sind auch ganz vorne mit dabei, wenn es darum geht, Verantwortung für KI zu übernehmen: 92 Prozent der führenden KI-Unternehmen (sogenannte KI-"Leaders") trainieren ihre Technologieexperten in ethischen Fragen, im Vergleich zu gerade mal 48 Prozent der Unternehmen, die in Sachen KI-Nutzung noch nicht soweit sind.

Ganz deutlich wird: KI hat Auswirkungen auf den Alltag aller Verbraucher. Umso wichtiger ist ein ethischer Rahmen, wie ihn auch Rumman Chowdhury als KI-Verantwortlicher bei Accenture Applied Intelligence fordert: "Unternehmen haben damit begonnen, Bedenken und Fehltritte im Zusammenhang mit KI zu adressieren. Das ist eine positive Entwicklung, reicht aber nicht aus. Benötigt werden vorausschauende, spezifische und technische Richtlinien für die Entwicklung von KI-Systemen, die sicher, transparent, nachvollziehbar und in den Verantwortlichkeiten klar zuzuordnen sind. Denn nur so lassen sich unerwartete Konsequenzen und Compliance-Herausforderungen vermeiden, die Einzelpersonen, dem Geschäft und der Gesellschaft schaden. Data Scientists brauchen solche Richtlinien dringend."

Führende KI-Unternehmen erkennen auch den Zusammenhang zwischen dem erfolgreichen Einsatz dieser Technologie und Analytics. 79 Prozent dieser "Leaders" geben an, dass Analytics eine entscheidende Rolle für KI in ihrem Unternehmen spielt; dies sagen nur 14 Prozent von den bisher weniger erfolgreichen KI-Anwendern.

"Diejenigen, die KI implementiert haben, verstehen, dass Erfolg mit KI und Erfolg mit Analytics eng zusammenhängen", erklärt Oliver Schabenberger, COO und CTO von SAS. "Für diese Unternehmen spielt Analytics bereits eine zentrale Rolle für KI."

Vertrauen ist gut, Kontrolle besser - auch bei KI

Eine häufige - und falsche - Annahme ist, dass KI ohne menschliches Mitwirken funktioniert. Die Studie zeigt deutlich, dass führende KI-Unternehmen eine Kontrolle der Technologie als unerlässlich ansehen. Knapp drei Viertel (74 Prozent) berichten von mindestens wöchentlichen Reviews ihrer KI-Ergebnisse, nur 33 Prozent der KI-"Nachzügler" führen solche regelmäßige Kontrollen durch. 43 Prozent der KI-"Leaders" haben einen Prozess, um fragwürdige Ergebnisse zu überarbeiten (bei den anderen sind dies lediglich 28 Prozent). Insgesamt bringt der Report ans Licht, dass Kontrollprozesse noch einen weiten Weg vor sich haben, bis sie mit den Fortschritten der künstlichen Intelligenz mithalten können.

Es leuchtet ein, dass Unternehmen Maßnahmen in Sachen ethischer KI ergreifen und die Kontrolle über KI behalten wollen, denn sie sind sich bewusst, dass mangelhafte Ergebnisse negativ auf sie zurückfallen können. Von den Unternehmen, die bereits KI einsetzen oder dies planen, sagen 60 Prozent aus, dass sie sich um die Auswirkungen von KI auf die Kundeninteraktion sorgen - sei es, dass ihre Aktionen weniger Empathie signalisieren oder dass Kunden ihnen weniger vertrauen könnten.

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie auf einen Blick:

- Insgesamt 72 Prozent der Unternehmen weltweit setzen KI in einem oder mehreren Geschäftsbereichen ein.

- Mehr als die Hälfte (51 Prozent) der Befragten, die KI einsetzen, sagt, dass die Implementierung ein echter Erfolg gewesen sei - und nennt als Verbesserungen unter anderem präzisere Vorhersagen und fundierte Entscheidungsfindung, höhere Abschlussquote in der Kundenakquise sowie eine Steigerung der operativen Produktivität.

- 46 Prozent der KI-Unternehmen hat die Technologie bereits umfassend implementiert. Andere Unternehmen sind noch in der Experimentier- oder Prototypenphase.

Mitarbeiter jenseits des Managements sehen KI tendenziell positiver: 55 Prozent meinen, dass ihr Engagement in diesem Bereich erfolgreich ist. Dies sagen nur 38 Prozent der Führungskräfte.

Zahlreiche Unternehmen sehen zudem Vorteile für ihre Belegschaft, insofern als sich die Rollen verändern und Aufgaben anspruchsvoller werden. 64 Prozent bestätigen, dass sich ihre Mitarbeiter dank KI mehr auf strategische als auf operative Aufgaben konzentrieren können.

Trotz dieser positiven Effekte spüren immer noch fast 20 Prozent deutliche Widerstände ihrer Mitarbeiter aus Sorge um ihren Job. 57 Prozent der Arbeitgeber äußern konkrete Besorgnis bezüglich der Auswirkungen, die KI auf die Beziehung zu ihren Mitarbeitern haben könnte (weil Mitarbeiter sich womöglich bedroht oder überfordert fühlen könnten).

"Wie bei jeder neuen Hype-Technologie gibt es noch viele Herausforderungen", betont Ross Gagnon, Research Director bei Forbes Insights. "Aber die neuen Möglichkeiten, die KI schafft, sind quasi unbegrenzt - von höherer operativer Effizienz bis zu gesteigerter Produktivität und Umsatzwachstum. Executives sollten sich daher nicht fragen, ob sie KI implementieren sollten, sondern wie schnell."

Die komplette Studie steht hier zum Download bereit.

circa 5.700 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck
Karlstraße 42

80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,24 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. Kunden weltweit setzen innovative Software und Services von SAS ein, um Daten in Wissen zu verwandeln und intelligente Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München.

Weitere Informationen unter
http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

