

Intelligente Assistenten halten auch in Unternehmen Einzug

Wien (APA) - Digitale Helfer - wie Apples Siri und Amazons Echo, Übersetzungstools oder smarte Einkaufsberater - haben bereits einen fixen Platz in unserem Alltag eingenommen. Jetzt ist Künstliche Intelligenz (KI) reif, auch in unserer Arbeitswelt eine größere Rolle zu spielen. Die notwendigen Voraussetzungen und etwaige Hindernisse beleuchteten Expertinnen und Experten bei einer Veranstaltung der Plattform "Digital Business Trends" (DBT) in Wien.

"Die Technologie ist da. Die großen Herausforderungen sind eher die Umstellung der Prozesse und die sich verändernden Anforderungen an die Mitarbeiter", erklärte Doris Lieber, Digital Advisor & Change Lead bei Microsoft Österreich. Laut einer Studie seien erst bei vier Prozent der europäischen Unternehmen KI-Anwendungen erfolgreich im Einsatz. "Da müssen alle Marktbegleiter für Aufklärung sorgen", so Lieber. Allerdings dürfe keine zu große Erwartungshaltung erzeugt werden. "Schöne Demos sind das eine, die Realität das andere. Wichtig ist, mit kleinen Schritten zu starten, aber das große Bild nicht aus den Augen zu verlieren", ist die Expertin überzeugt.

Oftmals gebe es zwei Geschwindigkeiten im Unternehmen, erläuterte Werner Kolarik, Digital Leader von Deloitte Digital Transformation in Österreich. "Innovative Unternehmensbereiche preschen vor, andere Bereiche im Kerngeschäft verlieren dadurch aber womöglich den Kontakt und die Verbindung zum Kunden. Das macht dann keinen Sinn", so Kolarik. Projekte, die zum Ziel hätten, lästige Verwaltungstätigkeiten zu automatisieren, wären ein guter Anfang. "Die Zeiten, einen großen Teil mit der Aufbereitung von Informationen zu verbringen, sind vorbei. So bleibt mehr Platz für analytische und qualitative Entscheidungen." Auch im Kundendienst würden digitale Assistenten rasch Einzug halten.

Chatbot verkürzt Wartezeit

Auf praktische Erfahrung in diesem Bereich verwies Berny Sagmeister, Head of Digital Channels bei A1 Telekom Austria: "Wir haben unserem Chatbot 27 Fähigkeiten beigebracht und ihn lange trainiert. Nach eineinhalb Jahren wird er von den Kunden zwar noch nicht als umfassend positiv wahrgenommen. Aber jetzt fängt es an, Früchte zu tragen." Rund 30 Prozent der Anfragen könnten durch den Bot gelöst werden, 70 Prozent würden an die Mitarbeiter

weitergereicht. Durch den Chatbot-Einsatz verkürze sich einerseits die Wartezeit drastisch, andererseits könnten die Mitarbeiter die Probleme der Menschen schneller lösen, weil die wichtigen Informationen schon vom Bot abgefragt worden seien. "Man darf sich nicht zu viel erwarten. Aber bei einem gezielten Einsatz gibt es durchaus Vorteile", so Sagmeister.

Der Kundendienst sei neben Sicherheit und Innovation ein wichtiges Anwendungsfeld, bestätigte Marilies Rumpold-Preining, Leiterin des Geschäftsbereichs Cloud & Solutions bei IBM Österreich. Mit "Ask Mercedes" sei beispielsweise eine bereits seit Jahren digital verfügbare Bedienungsanleitung für die E- und S-Klasse um einen intelligenten, intuitiv und leicht zu nutzenden Chatbot ergänzt worden. Den könne man fragen, wenn man beispielsweise das Nebellicht nicht findet. "Aufgrund der begrenzten Anzahl an Autoteilen ist das gut trainierbar", sagte Rumpold-Preining.

Unterstützung für Ärzte

"Es dauert manchmal aber auch lange, um die Technologie anzupassen und die Erwartungen zu erfüllen", gab Allan Hanbury von der Technischen Universität (TU) Wien zu bedenken. Man habe vor acht Jahren begonnen, mit Radiologen daran zu arbeiten, ihre Arbeit zu erleichtern. Jetzt könnten die Ärzte einen Teilbereich des Bildes auswählen. Eine KI-Anwendung liefere dann Informationen aus anderen Fällen und der Literatur, um eine gute Entscheidung treffen zu können. Denn längst sei es nicht mehr möglich, alles im Blick zu haben. "Hier können digitale Assistenten helfen. Sie geben einen Überblick, fassen zusammen und liefern Entscheidungsgrundlagen. Gleichzeitig müssen sie auf fehlende Daten hinweisen, transparente Vorschläge machen und sich an die Arbeitsweise des Menschen anpassen. Denn am besten ist KI, wenn sie unsichtbar ist", erklärte Hanbury.

Eine wichtige Aufgabe für digitale Helfer werde es sein, Inhalte zu clustern und Zusammenfassungen zu erstellen, meint auch Verena Fink, Geschäftsführende Gesellschafterin der Woodpecker Finch und Mitgründerin von Quorum.ai - ein US-Start-up für Künstliche Intelligenz. Im Trend sieht sie den smarten Einkauf von Zuhause aus. "Das Wohnzimmer wird zum digitalen Vertriebskanal, wobei virtuelle Assistenten als Gatekeeper fungieren. Sie kennen unsere Vorlieben und unseren Aufenthaltsort. Sie wissen, dass wir uns gerade einen roten Schal gekauft haben und lassen Werbung für ein ähnliches

Produkt erst gar nicht durch. Da muss sich der Händler damit beschäftigen, wie er da durchkommt", so Fink.

Service: Ein Video zur Veranstaltung ist hier abrufbar.

(Schluss) tha

ITM0002 2018-10-25/13:32

251332 Okt 18

Link zur Aussendung:

https://www.it-press.at/presseaussendung/ITM_20181025_ITM29510717545118236