

crossvertise

KI IM MITTELSTAND UMFRAGE 2023



Nutzung im Arbeitsalltag
Akzeptanz & Usability
Zukunftstrend

crossvertise Umfrage KI im Einsatz 2023

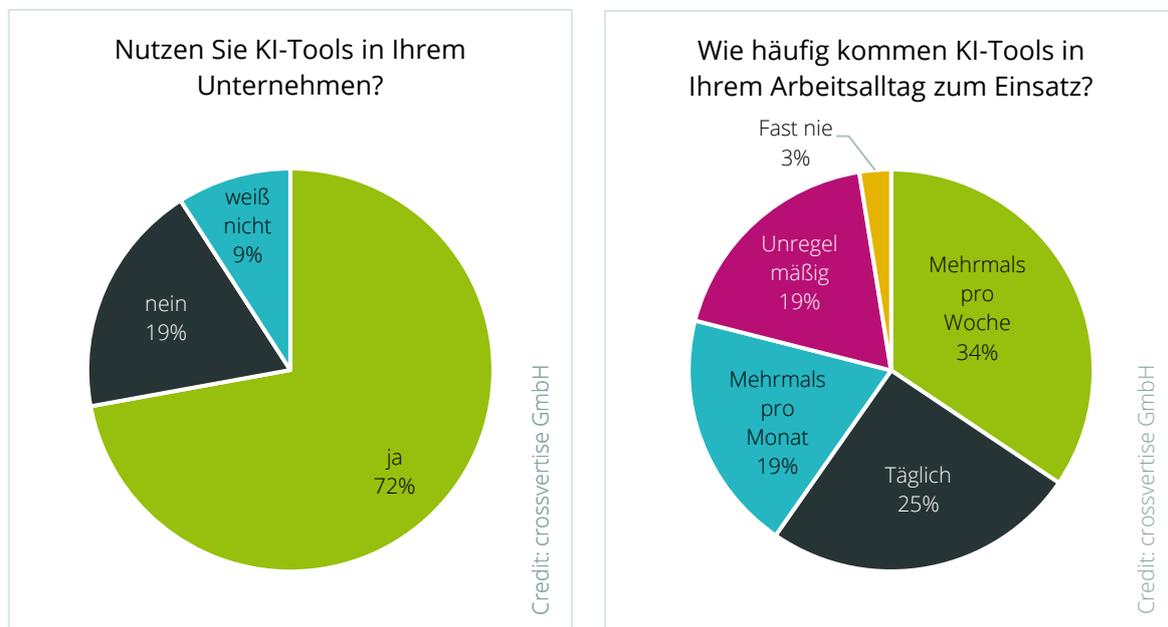
Insights – KI-Tools bleiben noch hinter Erwartungen zurück, aber KMUs setzen darauf

Veröffentlichungsdatum: 28.09.2023

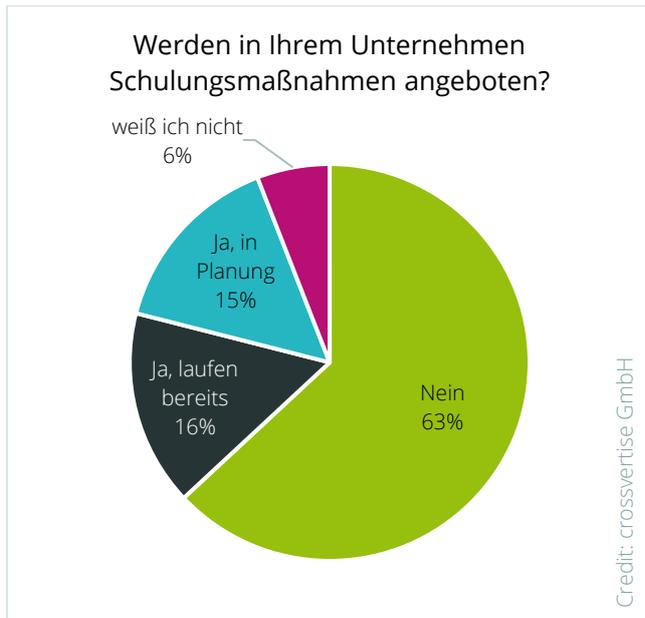
Seit OpenAI sein Chatbot-Tool ChatGPT vorgestellt hat, sind KI-gestützte Tools in aller Munde und – glaubt man Experten – in der Arbeitswelt der nächste große Game Changer. Die [crossvertise GmbH](#) hat 165 Mittelständler befragt, ob und wofür KI-Tools eingesetzt werden und mit welchem Nutzen. Dabei zeigt sich, dass knapp drei von vier der befragten KMUs KI-gestützte Anwendungen nutzen, die Tools in der Umsetzung allerdings im Alltag oftmals hinter den damit verbundenen Erwartungen zurückbleiben. Trotzdem sehen neun von zehn Befragten darin eine feste Größe im Mittelstand.

KMUs setzen mehrheitlich auf KI-Tools

Der Großteil der Befragten (72%) setzt derzeit mindestens ein KI-Tool ein. Nur 19 Prozent der Unternehmen verzichten darauf. Sind die Tools installiert, werden sie auch genutzt. Die Unternehmen sind mehrheitlich im Umgang versiert, jede/r dritte Befragte arbeitet damit mehrmals die Woche, jede/r vierte sogar täglich.

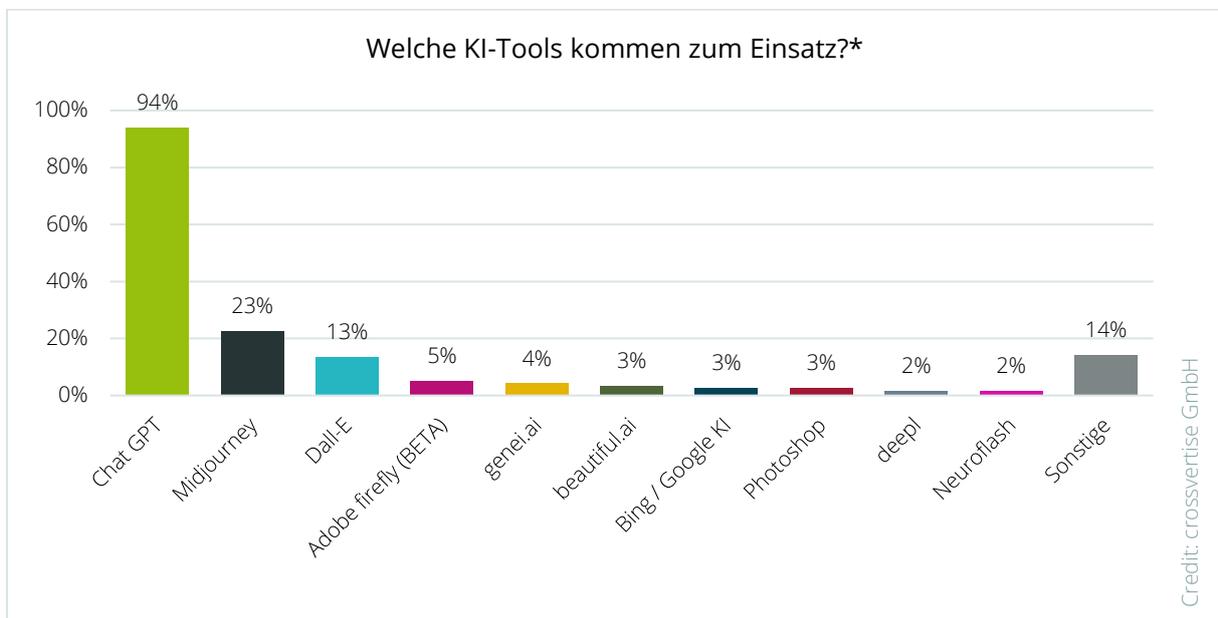


Spannend ist, dass knapp zwei von drei Firmen (63%) offenbar auf die Weiterbildungs-Motivation und auf das eigenständige Lernen der Mitarbeitenden vertrauen. Nur jedes sechste Unternehmen (16%) hat bereits Schulungsmaßnahmen durchgeführt, beinahe genauso viele (15%) planen immerhin welche.



KMUs setzen vor allem auf ChatGPT und nutzen die KI in erster Linie zur Textproduktion

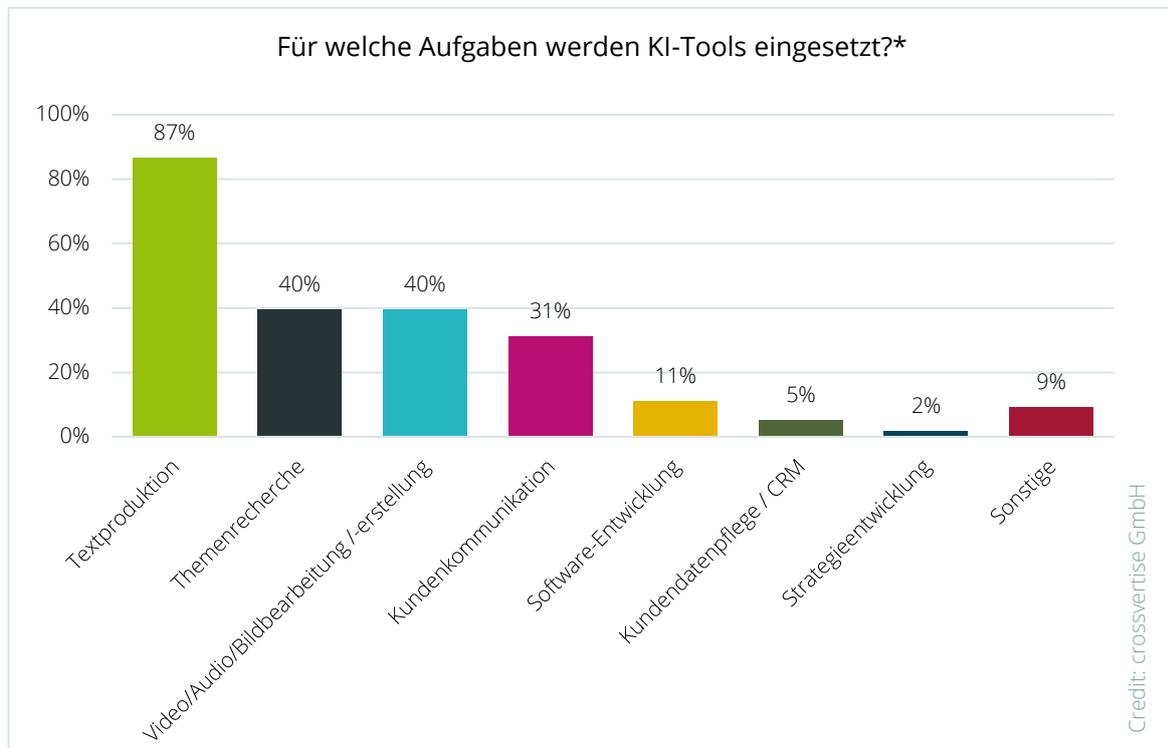
Bei der Auswahl der Tools fällt auf, dass das wohl bekannteste unter ihnen, ChatGPT, mit großem Abstand vorne liegt. 94 Prozent der befragten KMUs, die KI -Tools in ihrem Unternehmen nutzen, setzen es ein. Danach folgten Midjourney mit 23 Prozent Prozent und Dall-E (wie ChatGPT aus dem Hause OpenAI) mit 13 Prozent, die beide bei der Bilderzeugung unterstützen.



*Mehrfachantworten möglich

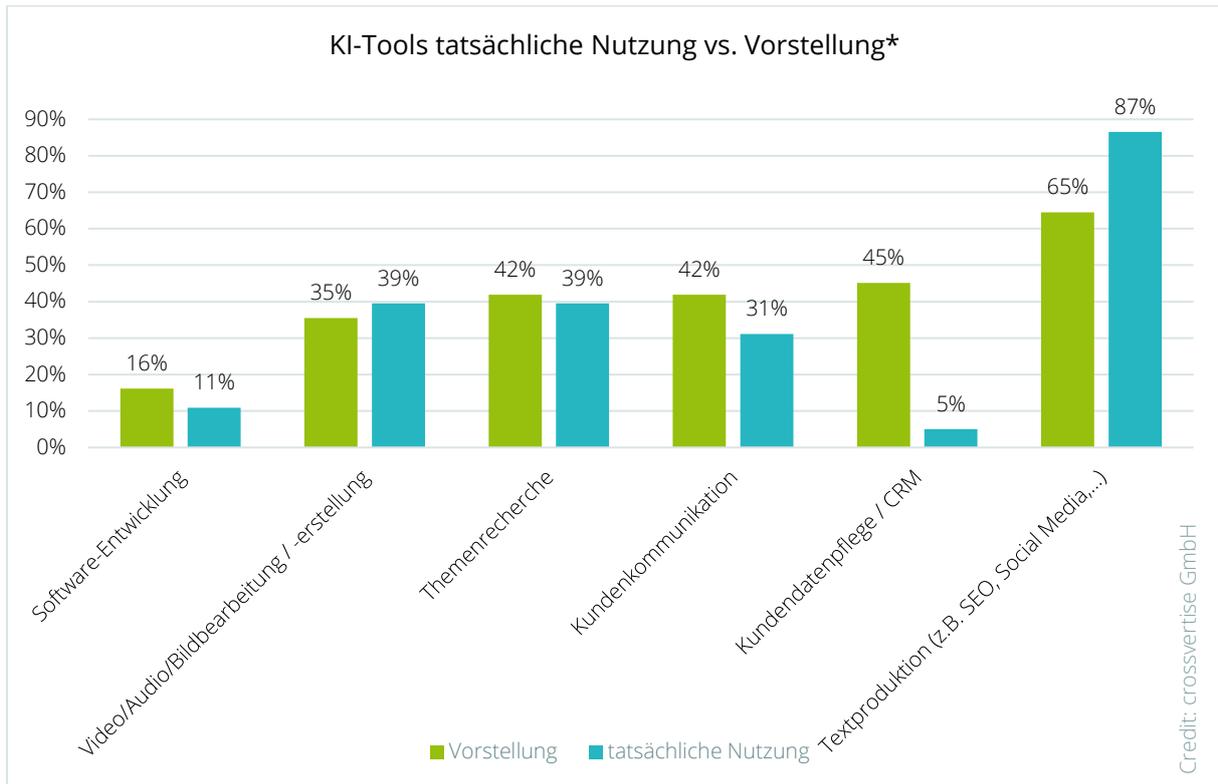
Daher verwundert es auch nicht, dass die KI-Tools nutzenden Unternehmen sie in erster Linie für die Textproduktion einsetzen, knapp neun von zehn Befragten (87%) gaben dies an. Hier dürfte es sich beim verwendeten Tool um ChatGPT handeln. Auf dem zweiten Platz mit deutlich abgeschlagenen 40 Prozent liegen die Themenrecherche und – passend zum angegebenen Einsatz von Midjourney und

Dall-E – die Erstellung und Bearbeitung von Bild-, Audio- und Videocontent. Immerhin knapp jedes dritte Unternehmen (31%) vertraut auch bei der Kundenkommunikation auf KI-Unterstützung.



*Mehrfachantworten möglich

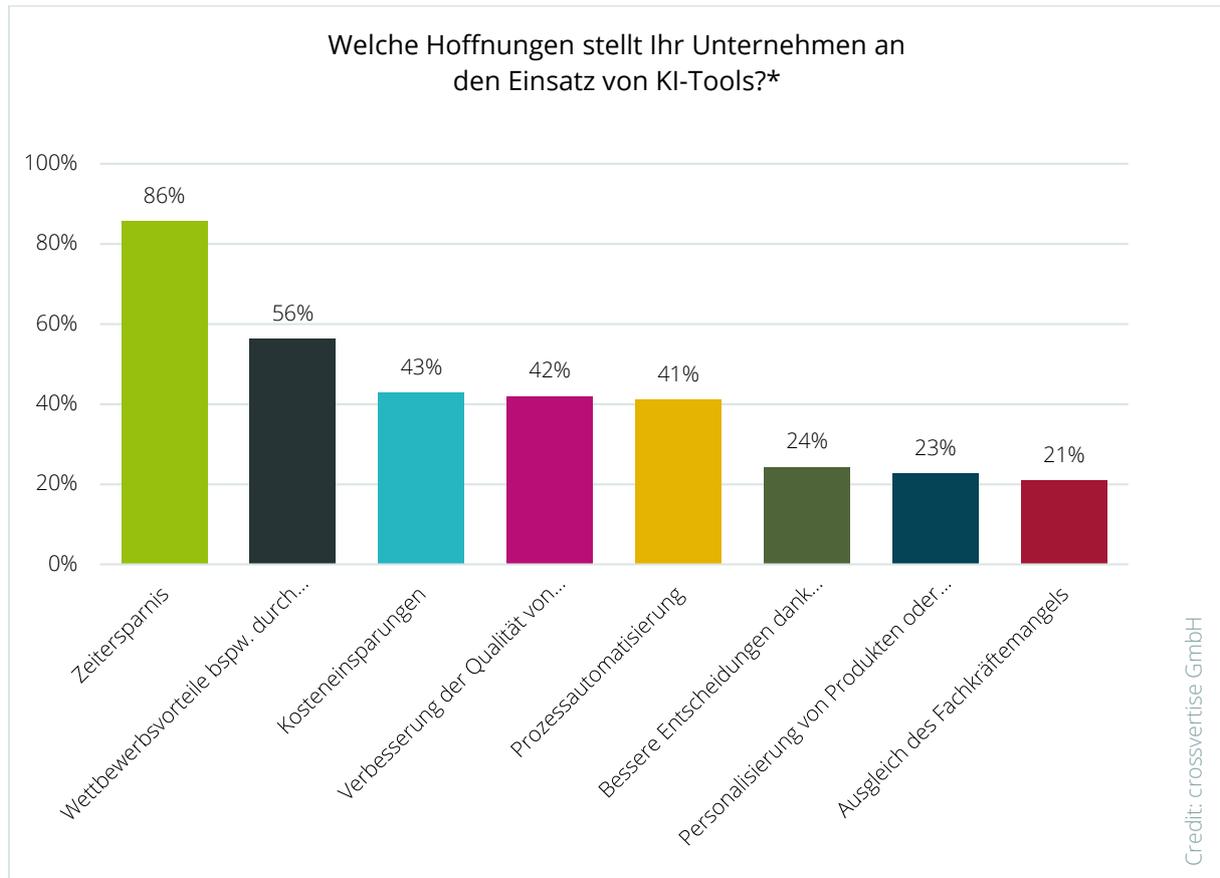
Die Teilnehmenden, die keine KI-Tools nutzen, könnten sich dies für die oben genannten Aufgaben dennoch grundsätzlich vorstellen. Übereinstimmend mit den KI-nutzenden Unternehmen liegt hier auch die Textproduktion auf Platz 1 (65%). Dahinter liegt die Kundendatenpflege, die überraschender Weise im kompletten Gegensatz zur tatsächlichen Nutzung steht. Bei den Unternehmen, die keine KI-Tools nutzen, kann sich fast die Hälfte (45%) grundsätzlich vorstellen, diese im Bereich Kundendatenpflege / CRM unterstützend einzusetzen. Die Unternehmen, die KI nutzen, setzen diese Tools jedoch tatsächlich nur geringfügig (5%) im Bereich CRM ein. Alle anderen Aufgaben halten sich relativ die Waage zu den Angaben der Unternehmen, die KI tatsächlich nutzen.



*Mehrfachantworten möglich

KMUs hoffen vor allem auf Zeitersparnis

Die möglichen Gründe für den Einsatz von KI im Unternehmen sind vielfältig. Bei den Befragten, die KI-Tools nutzen, dominiert die Zeitersparnis (86%). Jedes zweite Unternehmen (56%) erhofft sich zudem Wettbewerbsvorteile z. B. durch höhere Effizienz sowie 43 Prozent Kosteneinsparungen. Ebenso viele erwarten die Verbesserung der Qualität von Produkten bzw. Dienstleistungen (42%) und 41 Prozent erhoffen sich Prozessautomatisierungen. Letztere würden wiederum auf die Kosteneinsparungen einzahlen.

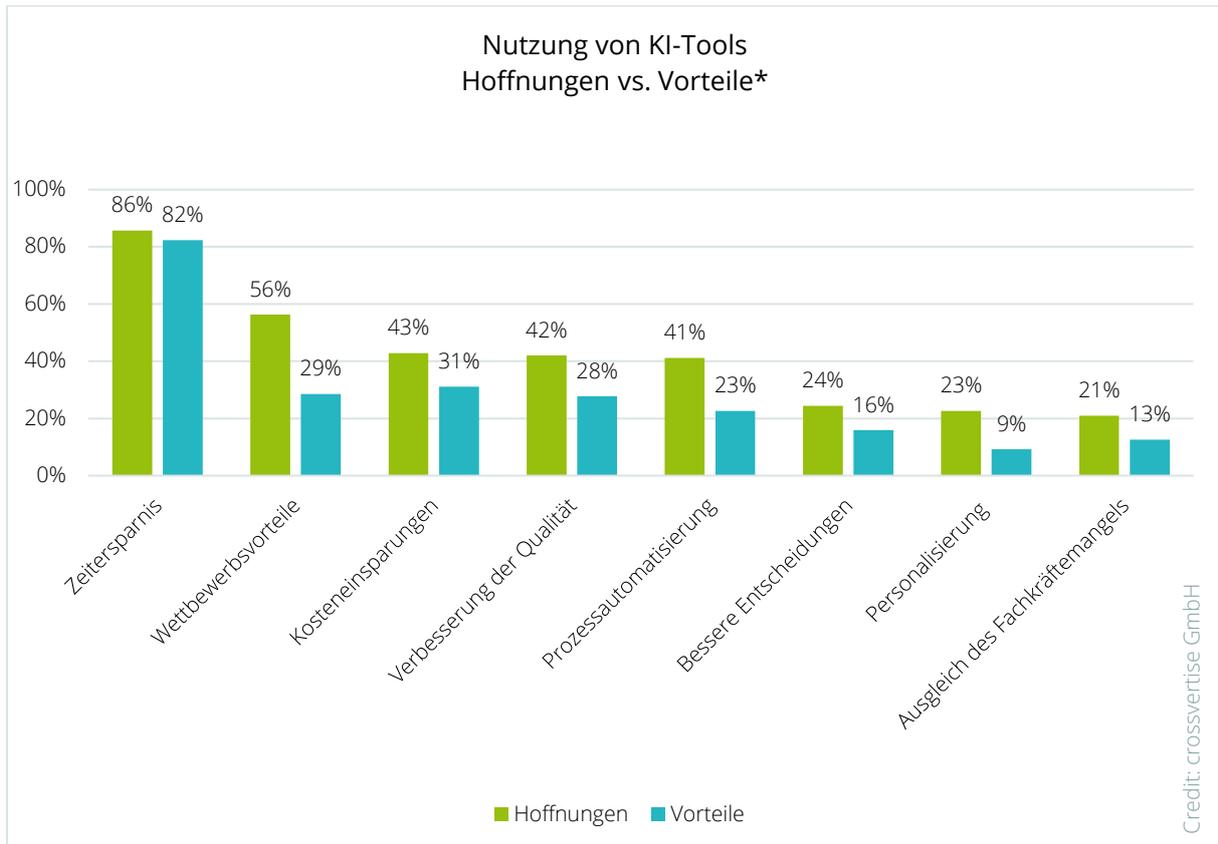


*Mehrfachantworten möglich

Immerhin jedes vierte Unternehmen (24%) erhofft sich eine verbesserte Entscheidungsqualität dank datenbasierter Analysen. Ebenso viele (23%), dass Produkte und Dienstleistungen besser personalisiert werden können. Knapp jedes fünfte KMU (21%) sieht in den Tools ein Mittel im Kampf gegen den Fachkräftemangel. Hohe Erwartungen also, die da an die künstliche Intelligenz gestellt werden.

Positive Effekte auf Arbeitsalltag bleiben hinter Erwartungen zurück

In der Realität können die KI-Tools derzeit nicht alle Hoffnungen der KMU erfüllen. Zwar geben 82 Prozent der Befragten, die KI-Tools nutzen, an, dass sie tatsächlich Zeit einsparen. Hier also geht die Rechnung für die Unternehmen auf. Von echten Wettbewerbsvorteilen profitieren dagegen nur 29 Prozent, über die Hälfte (56%) hatte sich diese jedoch erhofft. Somit geht in dieser Hinsicht jedes zweite Unternehmen „leer aus“.



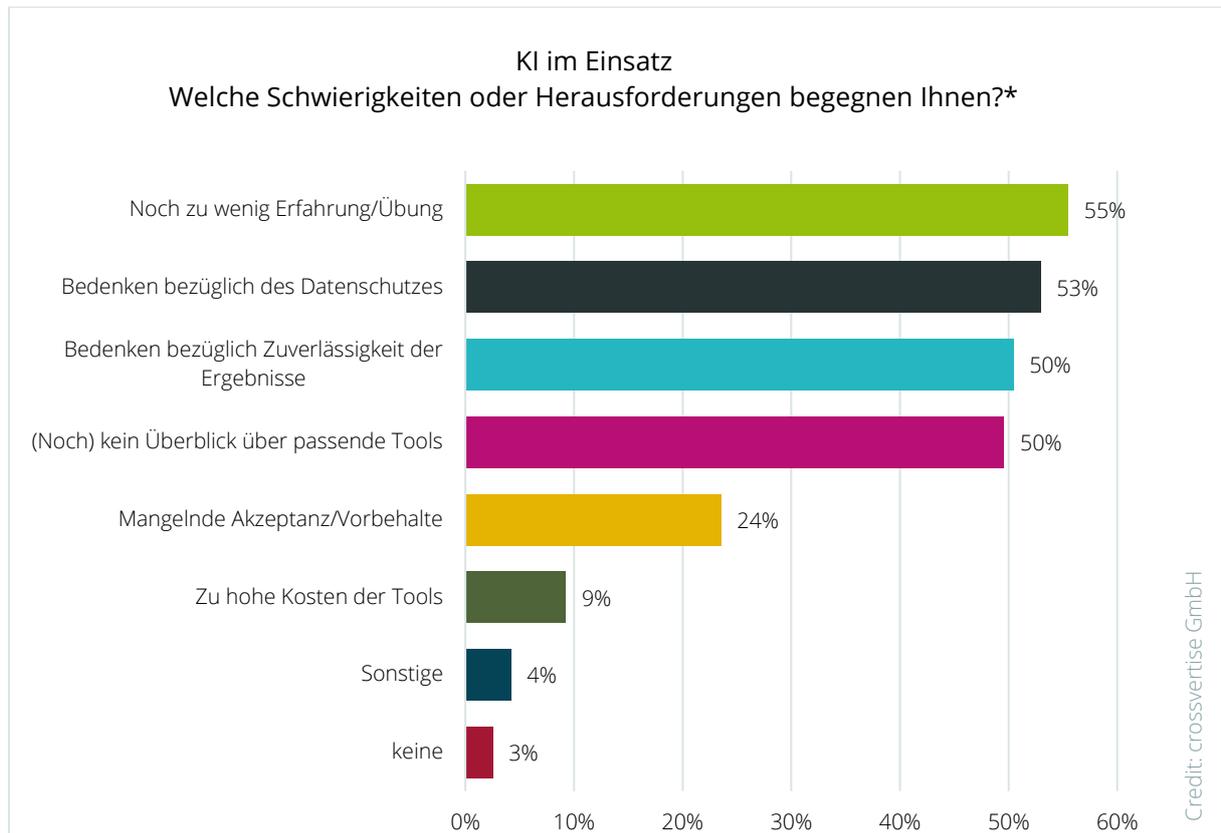
*Mehrfachantworten möglich

Weniger stark ist die Abweichung bei den Kosteneinsparungen. Erwartet haben sie 43 Prozent der Unternehmen, die KI-Tools nutzen. Tatsächlich eingetreten ist sie bei 31 Prozent, jedes vierte Unternehmen konnte die eigenen Hoffnungen also nicht erfüllen. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Qualitätsverbesserung: Von 42 Prozent erwartet, bei 28 Prozent eingetreten. Jedes dritte Unternehmen profitiert hier nicht wie erhofft. Und auch in puncto Prozessautomatisierung kann die KI nicht wie gewünscht helfen. 41 Prozent der befragten KMUs hatten hier auf die KI gezählt, knapp jedes zweite davon vergebens (23%).

Beim Wunsch nach besseren Entscheidungen dank datenbasierter Analysen machen die KI-Tools jedes dritte KMU nicht ausreichend glücklich: 24 Prozent der Befragten sahen hier Chancen, 16 Prozent profitieren tatsächlich. Bezüglich der Personalisierung von Produkten und Dienstleistungen hatten 23 Prozent auf die künstliche Intelligenz gesetzt und nur neun Prozent sehen hier einen echten Mehrwert. Und auch im Kampf gegen den Fachkräftemangel ist KI noch keine echte Geheimwaffe. Jedes fünfte Unternehmen hatte sich einen positiven Effekt gewünscht (21%), nur knapp jedes achte sieht die eigenen Erwartungen hier bestätigt (13%).

KI-Tools bringen auch Herausforderungen mit sich

Natürlich sind bei der Einführung neuer Lösungen auch Hürden zu meistern. Für 56 Prozent der Befragten, die KI-Tools nutzen, ist es eine Herausforderung, dass sie noch zu wenig versiert im Umgang mit ihnen sind. Mehr als jede/r Zweite (53%) hat Bedenken wegen des Datenschutzes. Die Zuverlässigkeit der Ergebnisse bezweifelt auch jede/r zweite Teilnehmer:in (50%). Und genau so viele (ebenfalls 50%) wünschen sich einen besseren Überblick über passende Tools.

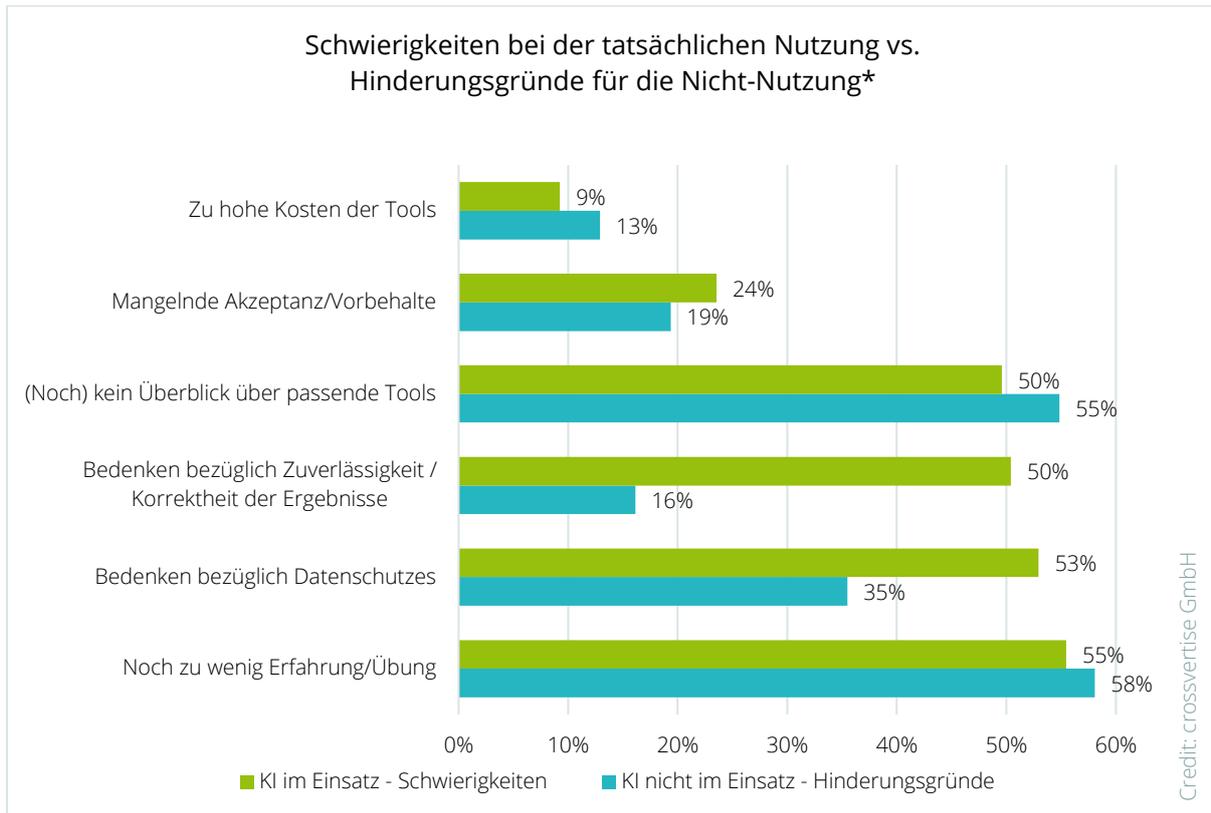


*Mehrfachantworten möglich

Jede/r vierte Teilnehmer:in (24%) sieht noch Vorbehalte gegenüber KI-gestützten Anwendungen und neun Prozent beklagen zu hohe Kosten.

Vorbehalte gegenüber KI-Tools bei Nicht-Nutzer:innen

Besonders spannend sind diese Ergebnisse, wenn man sie den Antworten der Teilnehmenden gegenüberstellt, die noch keine KI-Tools im Einsatz haben. Denn hier überwiegen die mangelnde Erfahrung (58%) und der fehlende Überblick über passende Tools (55%).



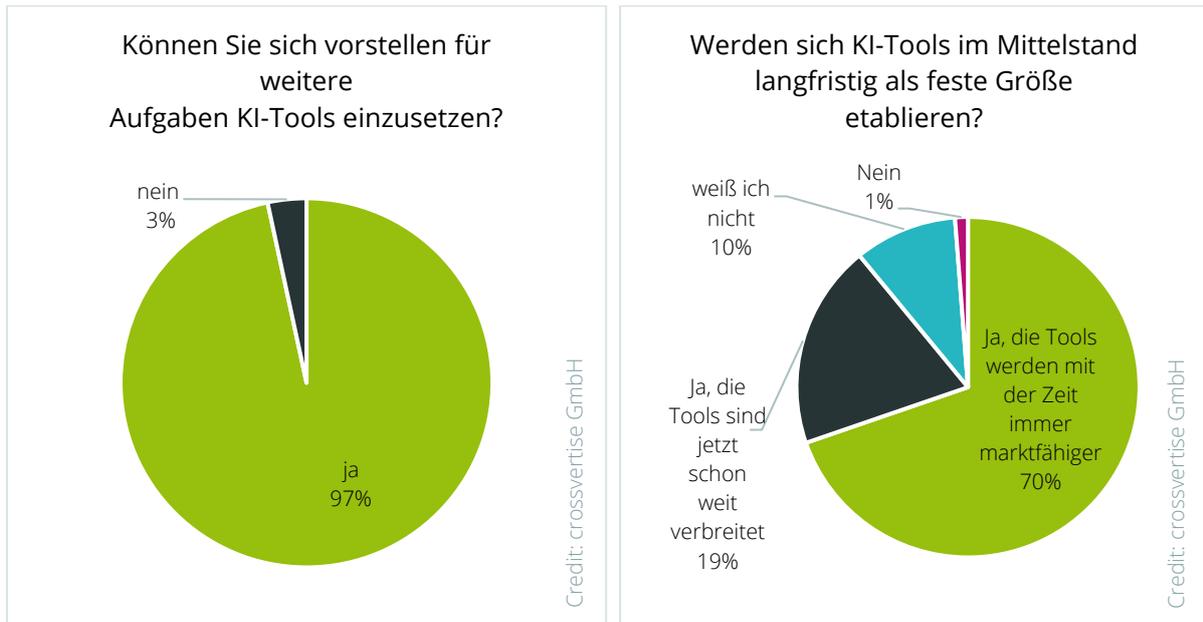
*Mehrfachantworten möglich

Dagegen hat nur jede/r Dritte (35%) Bedenken bezüglich des Datenschutzes (bei den tatsächlichen Anwender:innen sind es mit 53% mehr als die Hälfte) und auch nur jede/r Sechste (16%) bezweifelt die Richtigkeit der Ergebnisse (verglichen mit 50% der tatsächlichen Nutzer:innen). Das lässt den Schluss zu, dass sich die Nutzer:innen erst bei der Anwendung selbst genauer mit diesen Themen auseinandersetzen.

19 Prozent der Nicht-Anwender:innen haben Vorbehalte gegenüber KI-gestützten Lösungen, das sind etwas weniger als bei den tatsächlichen Nutzer:innen (24%) und jede/r Achte (13%) fürchtet die Kosten, während dies für nur neun Prozent der tatsächlichen Nutzer:innen eine Schwierigkeit darstellt.

Zukunftsaussichten: KI-Einsatz für KMUs erst am Anfang

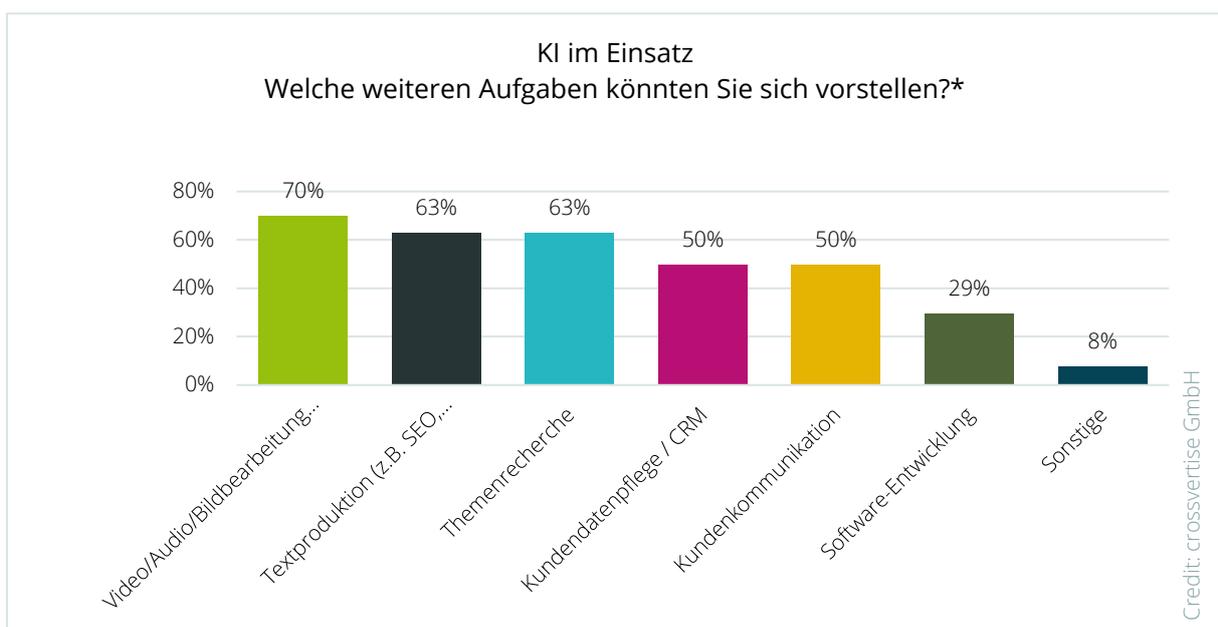
Auch wenn es aktuell noch Herausforderungen und Enttäuschungen gibt, so wollen die KMUs weiter auf künstliche Intelligenz setzen. So gut wie alle Teilnehmenden, die KI-Tools schon nutzen, können sich vorstellen, noch weitere Aufgaben an die KI „abzugeben“ (97%).



Neun von zehn denken, dass sich die KI-Tools als feste Größe im Mittelstand etablieren werden. Zwei von drei Befragten glauben, dass die Anwendungen immer marktfähiger werden.

Zukünftig vor allem Einsatz bei der Bild-/ Video- & Audioproduktion geplant; auch CRM denkbar

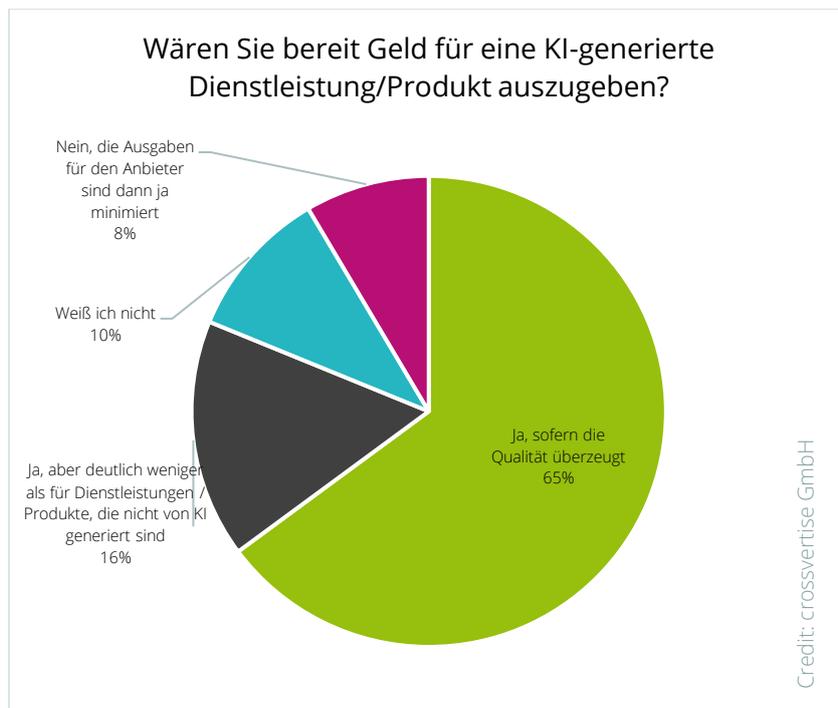
Auf die Frage, bei welchen weiteren Aufgaben sie sich die Unterstützung der KI vorstellen können, nannten 70 Prozent die Bild-/Video- und Audioproduktion. Die Textproduktion und Themenrecherche liegen gleichauf auf Platz 2 mit je 63 Prozent. Immerhin jede/r zweite Befragte (50%) würde auch bei der Pflege der Kundendaten und bei der Kundenkommunikation auf den Einsatz von KI vertrauen. Zwei hochsensible Bereiche und damit einiges an Vertrauensvorschuss für die künstliche Intelligenz. 29 Prozent würden sich bei der Software-Entwicklung Unterstützung durch KI-Tools holen.



*Mehrfachantworten möglich

KMUs sogar bereit, Geld für KI-generierte Dienstleistungen/Produkte auszugeben

Zwei von drei Befragten (65%) hätten nach eigenen Angaben kein Problem damit, Produkte und Dienstleistungen, die durch die KI erstellt wurden, zu bezahlen, sofern die Qualität stimmt. Jede/r Sechste würde grundsätzlich Geld dafür ausgeben, aber weniger als für menschliche Arbeit (16%). Nur acht Prozent lehnen dies derzeit grundsätzlich ab.



Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die KMUs mit großer Euphorie auf KI-Tools gesetzt haben. Der Realitätscheck ergab jedoch, dass nicht alle Erwartungen auf Anhieb erfüllt werden konnten. Die Unternehmen stehen auch noch vor Herausforderungen, die gemeistert werden wollen. Denn es wurde mehr als deutlich, dass die künstliche Intelligenz sich im Mittelstand etablieren wird.