

Umfrage- Ergebnisse Deutschland

Accenture Research hat 20.027 Verbraucher und Verbraucherinnen (Deutschland: 1.000) und 3.450 Vorstandsmitglieder (Deutschland: 150) aus 21 Branchen befragt, um ihre Sichtweise auf neue Technologien und Innovationen in Bezug auf ihre Unternehmen zu verstehen. Zu den Themen gehörten generative KI-Chatbots, KI-Agenten, Spatial-Computing-Erfahrungen und Technologien an der Schnittstelle Mensch und Maschine. Die Umfragen wurden von Oktober bis November 2023 in 20 Ländern durchgeführt.

KI ergreift Maßnahmen, und schon bald könnten ganze Ökosysteme von KI-Agenten wichtige Aspekte des Geschäftslebens steuern. Angemessene menschliche Führung und Kontrolle sind dabei entscheidend.

Meet my agent

Agenten-Ökosysteme werden entstehen: Autonome KI-Agenten werden in der Lage sein, bei der Bewältigung organisatorischer Aufgaben zusammenzuarbeiten.

KI-Agenten werden mit anderen Agenten zusammenarbeiten, um organisatorische Aufgaben zu erfüllen.

89%

der deutschen Führungskräfte stimmen zu, dass KI-Agenten beginnen werden, mit anderen Agenten zusammenzuarbeiten, um organisatorische Aufgaben zu erledigen.



Human by Design

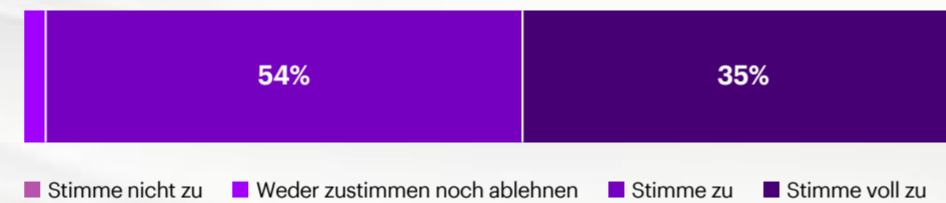
Die Beziehung zwischen Mensch und Technologie befindet sich an einem Wendepunkt.

Führungskräfte müssen Technologien entwickeln und einsetzen, die menschenzentriert sind und das menschliche Potenzial fördern.

Im Hinblick auf den rasanten technologischen Fortschritt ist es für Unternehmen wichtiger denn je, zielgerichtet zu innovieren.

98%

der deutschen Führungskräfte sind der Meinung, dass es angesichts des raschen technologischen Fortschritts wichtiger denn je ist, dass Unternehmen zielgerichtet innovieren.



The space we need

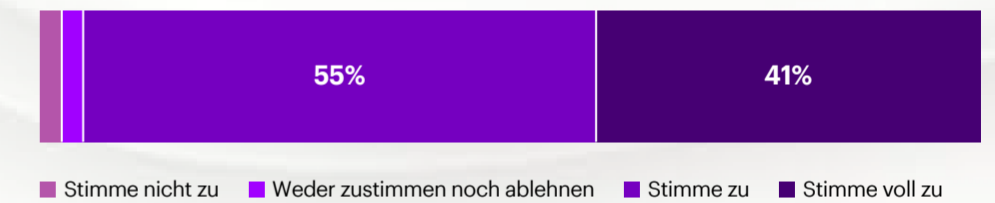
Das Terrain der Spatial-Computing-Technologie wächst schnell, aber um dieses neue Medium erfolgreich zu nutzen, müssen Unternehmen wirklich wegweisende Applikationen finden.

Spatial Computing wird es uns ermöglichen, bereichernde Erfahrungen zu schaffen, indem wir unsere verschiedenen Realitäten kombinieren und das Digitale mit dem Physischen verschmelzen.

Spatial Computing wird genutzt werden, um bereichernde Erlebnisse zu schaffen, die ein Gefühl von Raum vermitteln, lebendig wirken und eine realistische Alternative oder Ergänzung zu persönlichen Erfahrungen darstellen.

96%

der deutschen Führungskräfte stimmen zu, dass Spatial Computing eingesetzt werden wird, um bereichernde Erfahrungen zu schaffen, die ein Gefühl von Raum vermitteln, sich lebendig anfühlen und eine realistische Alternative oder Erweiterung zu persönlichen Erfahrungen bieten.



A match made in AI

Menschen fragen generative KI-Chatbots nach Informationen – dies verändert heute das Geschäftsmodell der Suchanbieter und morgen die Zukunft der software- und datengetriebenen Unternehmen.

Die Art und Weise, wie wir mit Informationssystemen interagieren, entwickelt sich weiter: Die Erfahrung der Online-Suche wird sich vom Abrufen von Daten hin zu Beratung und dem Bereitstellen von Antworten mit Daten verschieben.

Die Entwicklung unserer Interaktion mit Informationen erfordert einen neuen digitalen Kern und wird Unternehmen dazu zwingen, ihre Technologie-Architektur zu modernisieren.

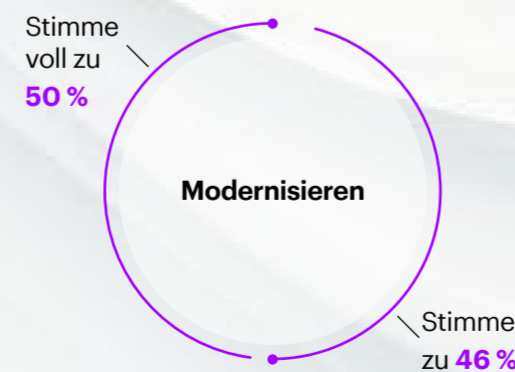
95%

der deutschen Führungskräfte stimmen zu, dass sich die Art und Weise, wie wir mit Daten interagieren, verändern wird, von der Informationssuche hin zum Stellen von Fragen und dem Erhalten direkter Ratschläge und Antworten.



96%

der deutschen Führungskräfte sind der Meinung, dass generative KI ihr Unternehmen dazu zwingen wird, ihre Technologie-Architektur zu modernisieren.



Our bodies electronic

Eine Reihe von Technologien – von Blickverfolgung über maschinelles Lernen bis hin zu Gehirn-Computer-Schnittstellen (BCI) – beginnen, Menschen tiefer und auf menschlichere Weise zu verstehen.

Neu entstehende Technologien können den Menschen lesen, verstehen und sich an ihn anpassen, anstatt dass sich der Mensch an die Technologie anpasst.

Organisationen müssen verantwortungsvolle Richtlinien zu Ethik und Standards etablieren, um das Vertrauen der Verbraucher und Verbraucherinnen zu gewinnen.

98%

der deutschen Führungskräfte stimmen zu, dass uns Technologien für menschliche Schnittstellen ermöglichen werden, Verhaltensweisen und Absichten besser zu verstehen und die Interaktion zwischen Mensch und Maschine zu transformieren.



57%

der deutschen Verbraucher und Verbraucherinnen sind sich einig: Um ihr Vertrauen zu gewinnen, müssen Organisationen verantwortungsvolle Richtlinien zur biometrischen Privatsphäre und zu Ethik und Standards der Neurotechnologie entwickeln.

