



The State of AI

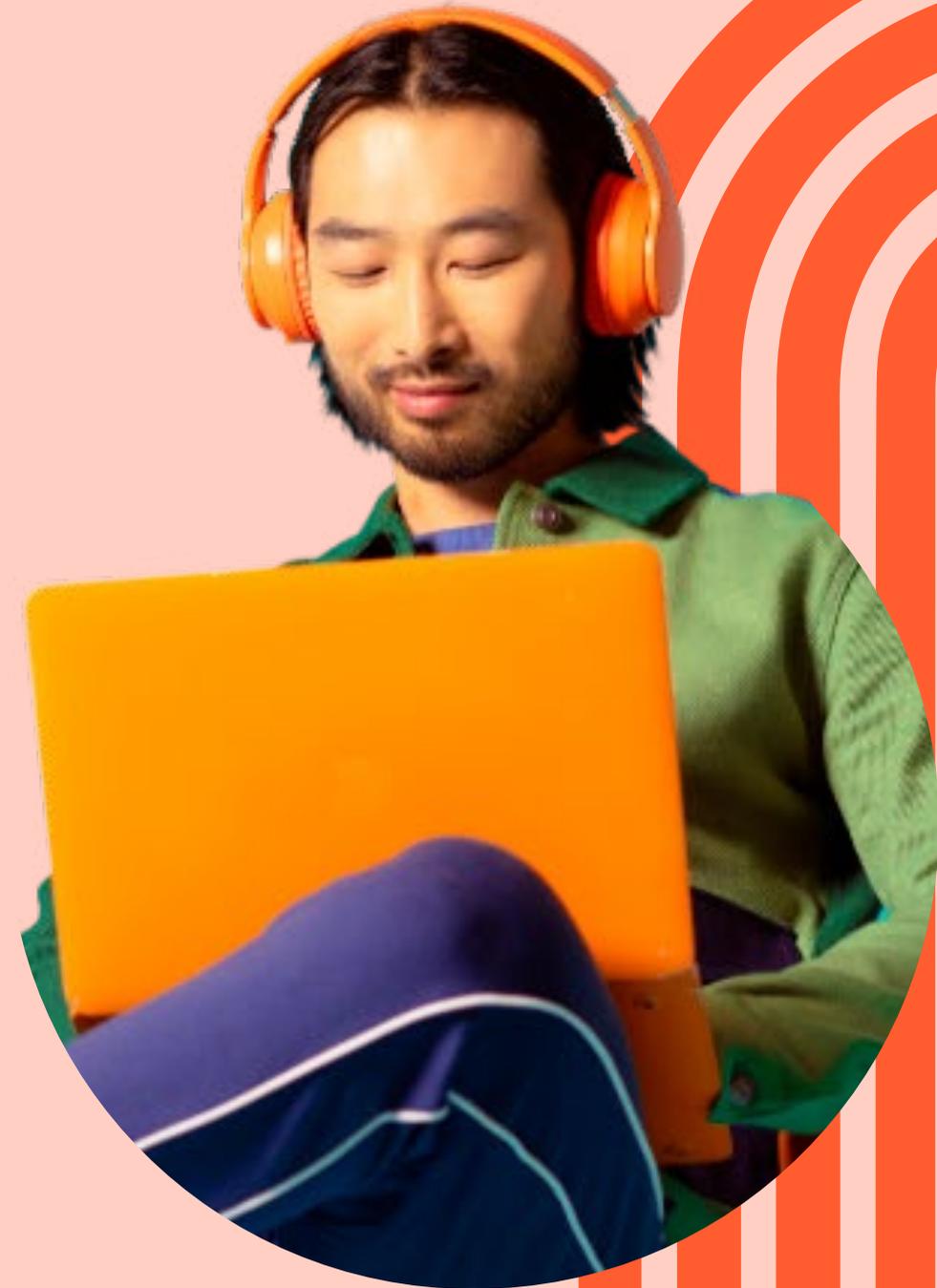
Eine HubSpot-Blog-Studie

Befragung von über 1.350 US-amerikanischen sowie 103 deutschen Fachkräften aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Kundenservice und SEO im März 2023



Inhaltsverzeichnis

| | |
|-------------------------------|----|
| Wichtige Erkenntnisse | 3 |
| Mit KI zu mehr Wachstum | 4 |
| Anwendungsfälle | 13 |
| Herausforderungen | 23 |
| Ausblick | 28 |
| Studiensteckbrief | 29 |



WICHTIGE ERKENNTNISSE



KI fördert das Wachstum von Unternehmen in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld, in dem mit weniger Ressourcen immer mehr erreicht werden soll.

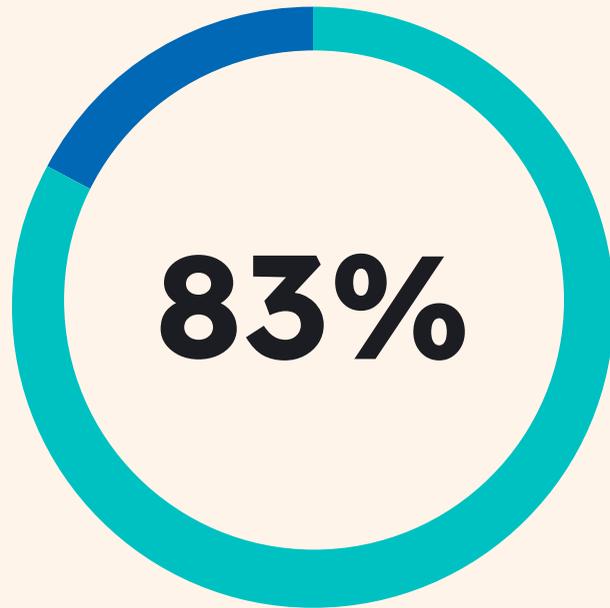


Durch KI können lästige, nebensächliche Aufgaben erledigt werden, sodass Mitarbeitende mehr Zeit für die effektivsten, kreativsten – und angenehmen – Teile ihrer Arbeit haben.

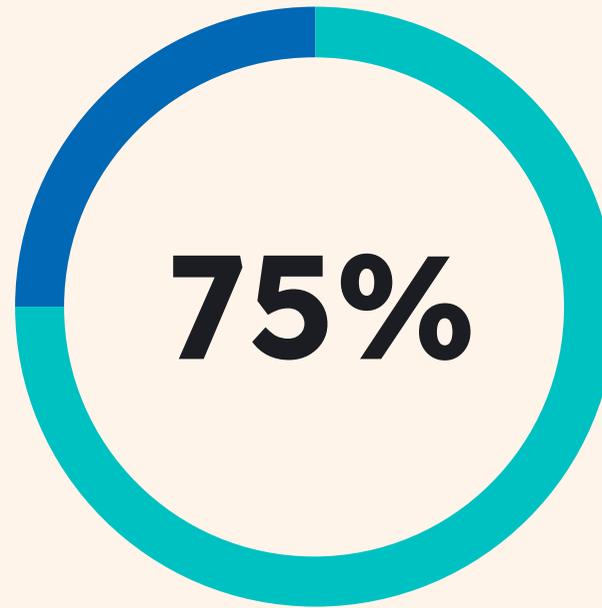


Die größten Hindernisse für die Akzeptanz sind die Skepsis gegenüber der Genauigkeit der generativen KI und die Arbeitsplatzunsicherheit.

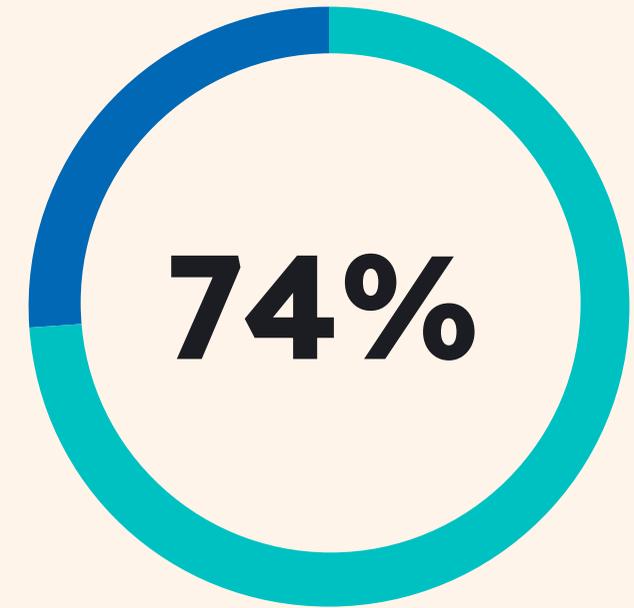
Deutsche Fachleute sind sehr optimistisch, was das Potenzial von KI angeht:



sagen, dass KI im Hinblick auf die Produktivitätssteigerung ähnliche Auswirkungen haben wird wie die industrielle Revolution

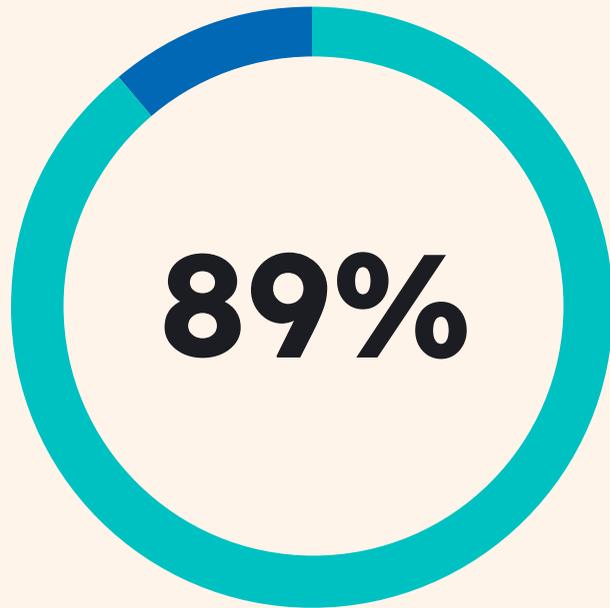


sagen, dass KI ihrem Unternehmen zu einem Wachstum verhilft, das ohne sie nicht möglich wäre

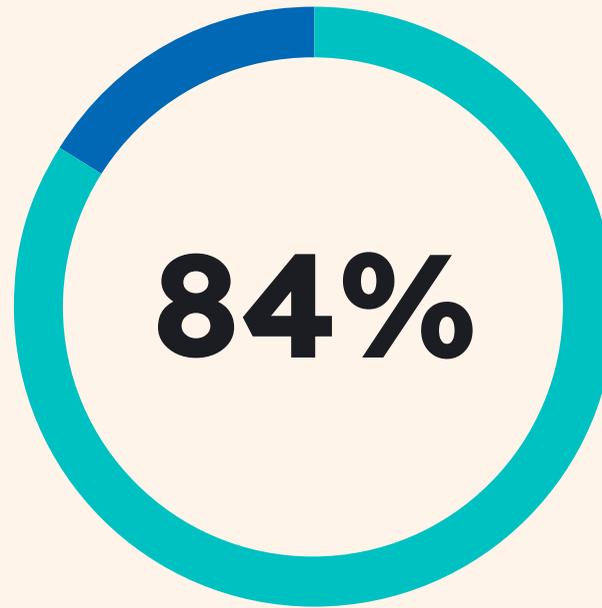


sagen, dass eine vollständige Implementierung in ihrem Unternehmen zu einem beispiellosen Wachstum führen wird

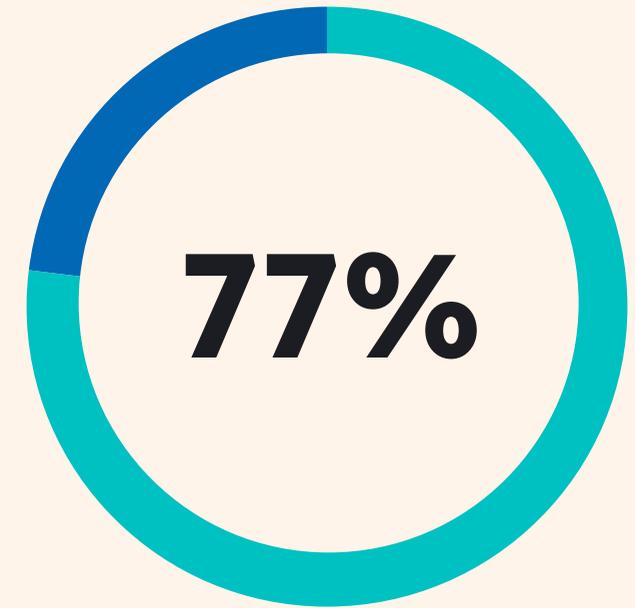
Durch den Einsatz von KI werden deutsche Fachleute von zeitaufwändigen und nebensächlichen Aufgaben entlastet und können produktiver und effizienter arbeiten:



sagen, dass sie mit Hilfe von KI/Automatisierung weniger Zeit für manuelle Aufgaben aufwenden müssen

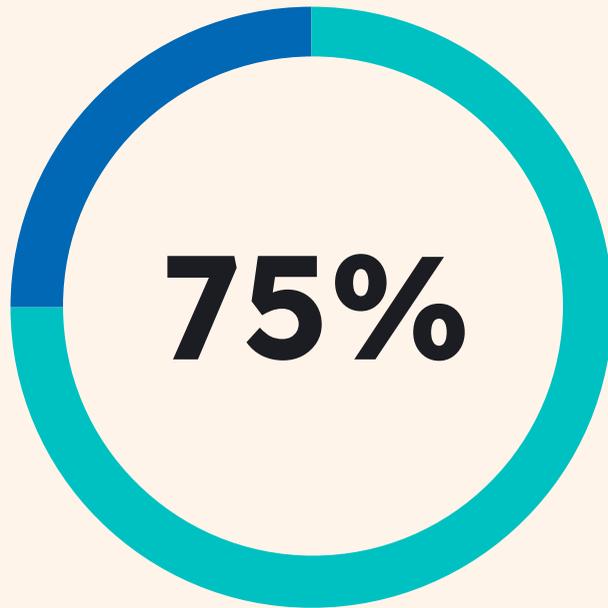


sagen, dass sie mit Hilfe von KI/Automatisierung mehr Zeit für die wichtigsten Aufgaben haben

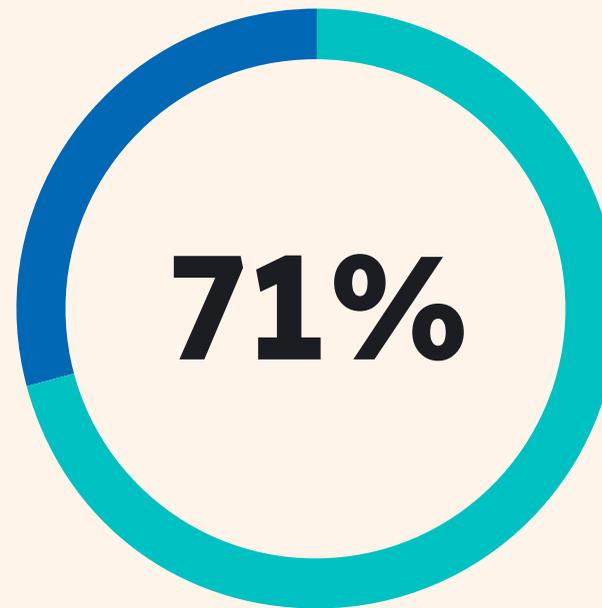


sagen, dass sie mit Hilfe von KI/Automatisierung ihre Aufgaben effizienter erledigen können

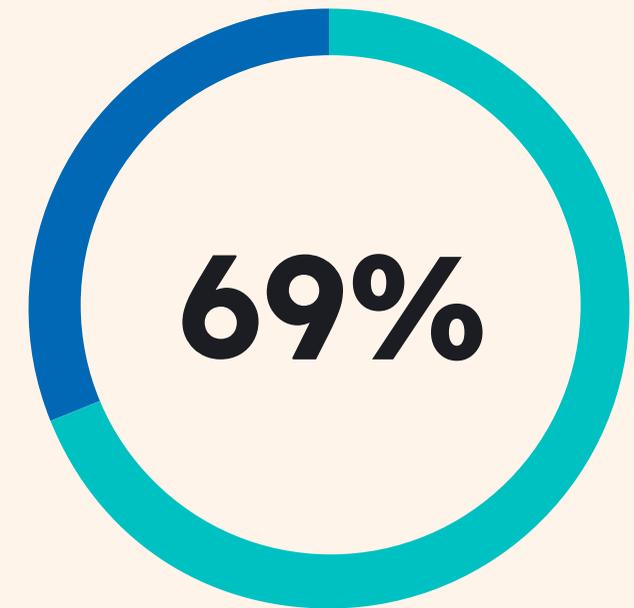
Durch den Einsatz von KI haben deutsche Fachleute mehr Zeit für die kreativsten und angenehmsten Tätigkeiten ihrer Arbeit:



sagen, dass sich durch den Einsatz von KI/Automatisierung die Zusammenarbeit in ihrem Unternehmen verbessern kann

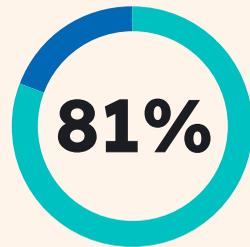


sagen, dass sie durch den Einsatz von KI/Automatisierung mehr Zeit für die kreativen Aspekte ihrer Arbeit haben

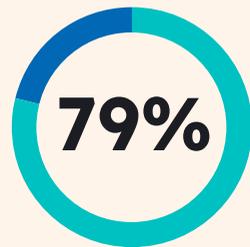


sagen, dass sie durch den Einsatz von KI/Automatisierung mehr Zeit für die Aufgaben haben, die ihnen am meisten Spaß machen

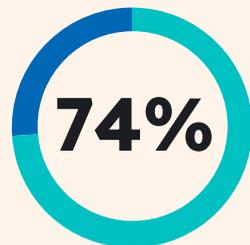
Deutsche Fachleute sind der Ansicht, dass generative KI einen positiven Einfluss auf Datenmanagement und Kundenerlebnis haben wird



KI-/Automatisierungstools können helfen, einzigartige Erkenntnisse aus Daten zu gewinnen



KI-/Automatisierungstools können helfen, das Kundenerlebnis insgesamt zu verbessern



KI-/Automatisierungstools können helfen, die Kundschaft besser zu verstehen

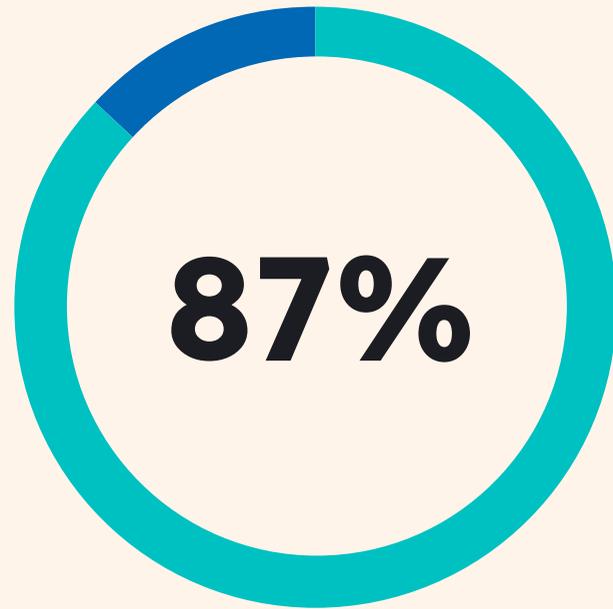
US-Angestellte sparen durch KI/Automatisierung durchschnittlich 2,5 Stunden pro Tag

Marketingteams, die generative KI einsetzen, sparen über 3 Stunden pro Content Piece.

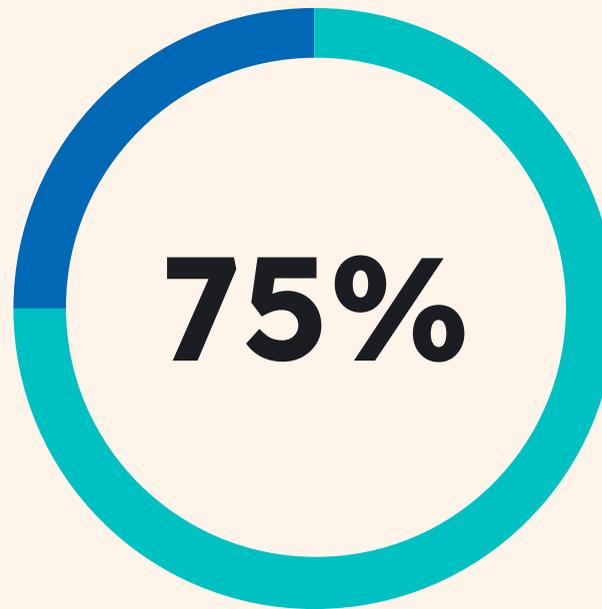
Vertriebsprofis sparen durch den Einsatz von KI zur Automatisierung manueller Aufgaben/ zur Kontaktaufnahme mit Interessierten mehr als 2 Stunden pro Tag.

Profis im Kundenservice, die generative KI einsetzen, sparen mehr als 2 Stunden pro Tag bei der Beantwortung von Tickets.

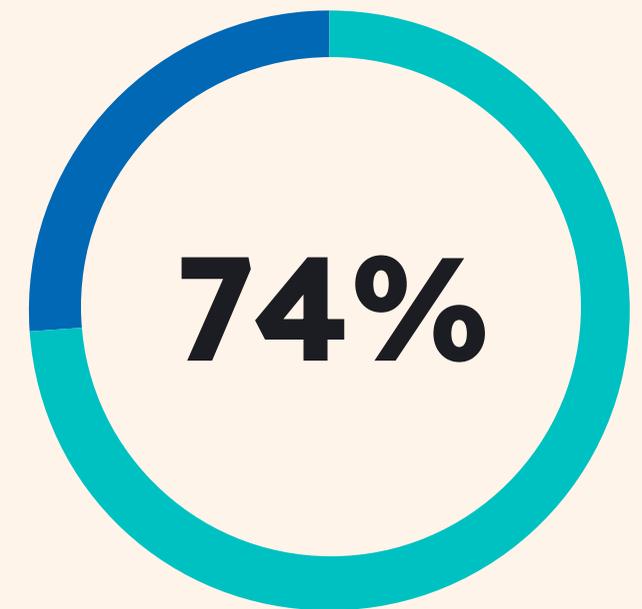
Deutsche Marketingteams sehen in generativer KI das Potenzial, deutlich mehr und bessere Inhalte zu erstellen:



der Marketingfachleute sagen, dass generative KI die Qualität ihrer Inhalte verbessern kann

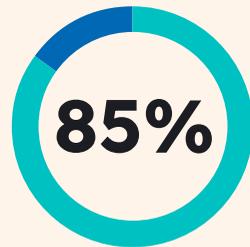


der Marketingfachleute sagen, dass generative KI ihnen helfen kann, Marketinginhalte effizienter zu erstellen

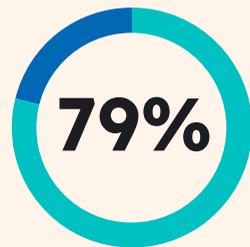


der Marketingfachleute sagen, dass sie mit generativer KI wesentlich mehr Inhalte erstellen können als ohne

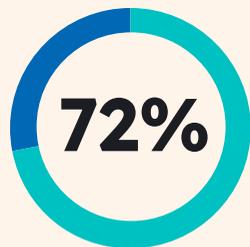
Dank KI/Automatisierung haben Vertriebsmitarbeitende in den USA mehr Zeit für den Verkauf und eine effektivere Kontaktaufnahme:



der Vertriebsmitarbeitenden sagen, dass ihre Kundengewinnung durch KI/Automatisierung effektiver wird

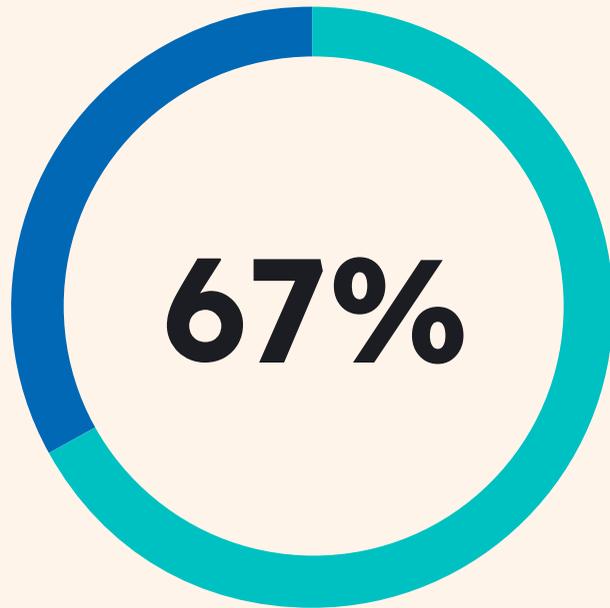


der Vertriebsmitarbeitenden sagen, dass sie durch KI/Automatisierung mehr Zeit für den Verkauf haben

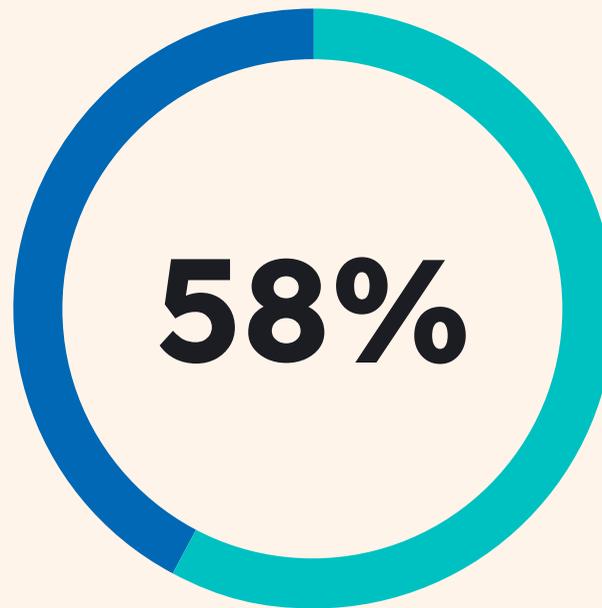


der Vertriebsmitarbeitenden sagen, dass sie durch KI/Automatisierung schneller eine Beziehung aufbauen können

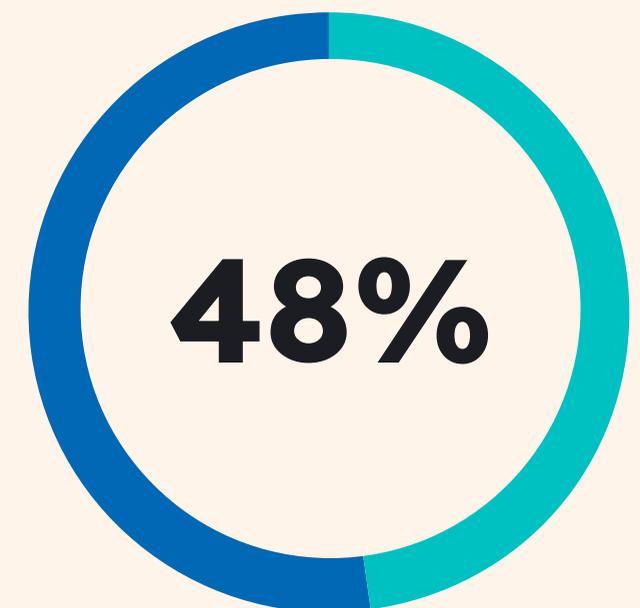
KI/Automatisierung erleichtert den Mitarbeitenden im Kundenservice in den USA die Beantwortung von Anfragen und verbessert das Kundenerlebnis insgesamt



sagen, dass KI-Tools die Beantwortung von Kundenanfragen erleichtern können
(DE 77 %)

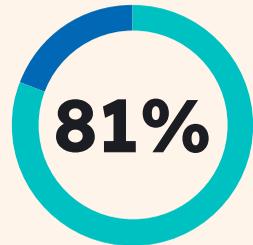


sagen, dass KI-Tools das Kundenerlebnis verbessern können
(DE 81 %)



sagen, dass KI-Tools die Korrespondenz mit der Kundschaft personalisierter gestalten können
(DE 78 %)

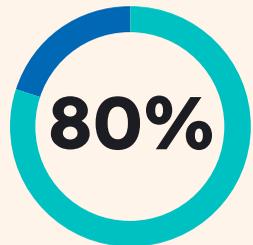
So unterstützt KI/Automatisierung amerikanische Blogger/Bloggerinnen und SEOs



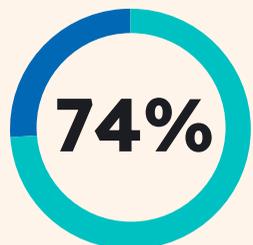
sagen, dass Webinhalte effektiv mit Suchinhalten abgestimmt werden können.



sagen, dass das Nutzererlebnis auf ihrer Website verbessert wird.

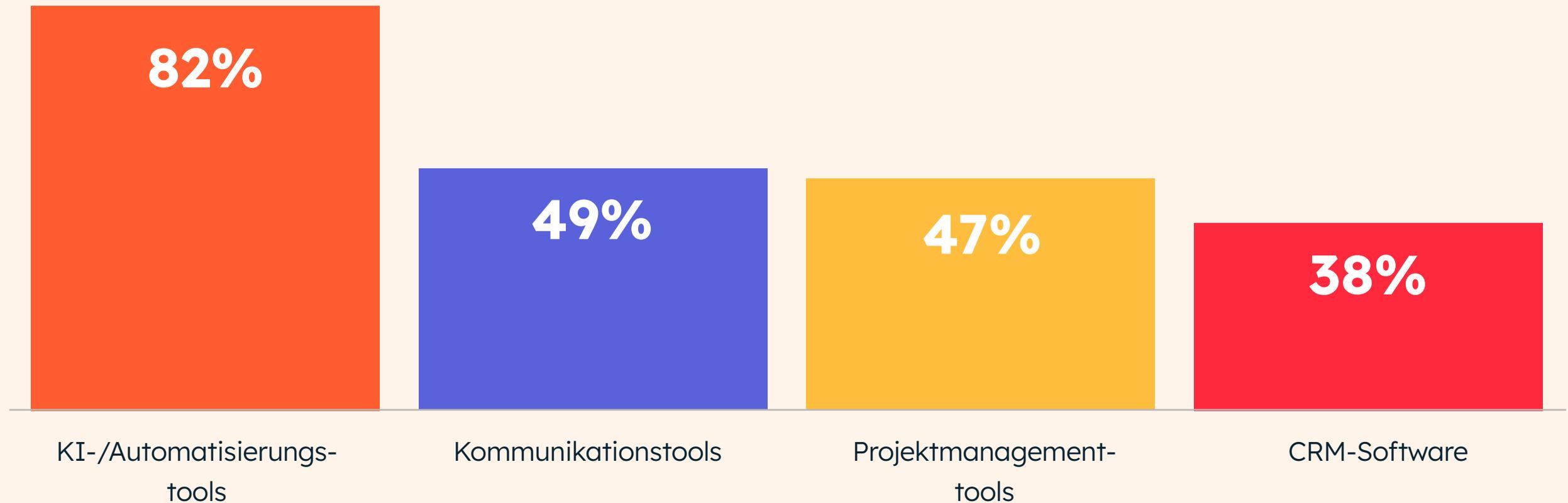


sagen, dass das SERP-Ranking verbessert wird.



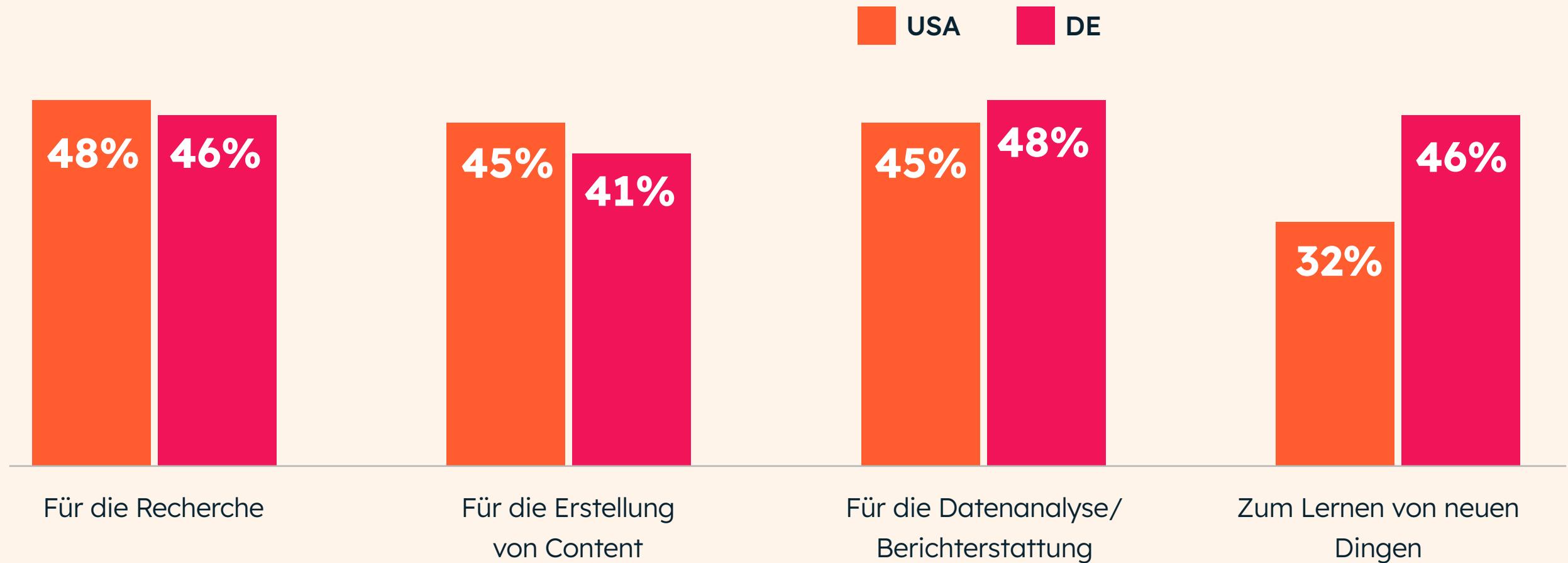
sagen, dass die SEO-Optimierung ihrer Website unterstützt wird.

Insgesamt geben 8 von 10 deutschen Fachleuten an, dass sie KI/Automatisierungstools bei ihrer Arbeit einsetzen



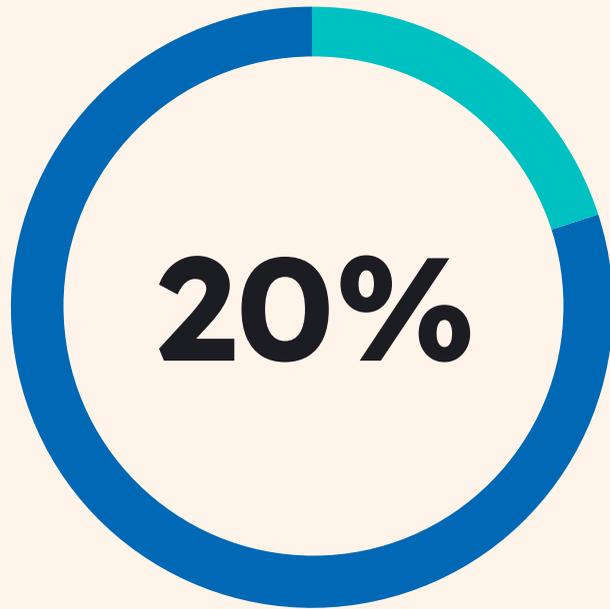
55 % halten es für sehr wichtig oder eher wichtig, dass die Software, die sie bei der Arbeit verwenden, über KI-/Automatisierungsfunktionen verfügt. KI-/Automatisierungstools sind für die tägliche Arbeit von 24 % der Befragten „sehr wichtig“.

Wofür setzen Marketingteams generative KI ein? (Top 4)

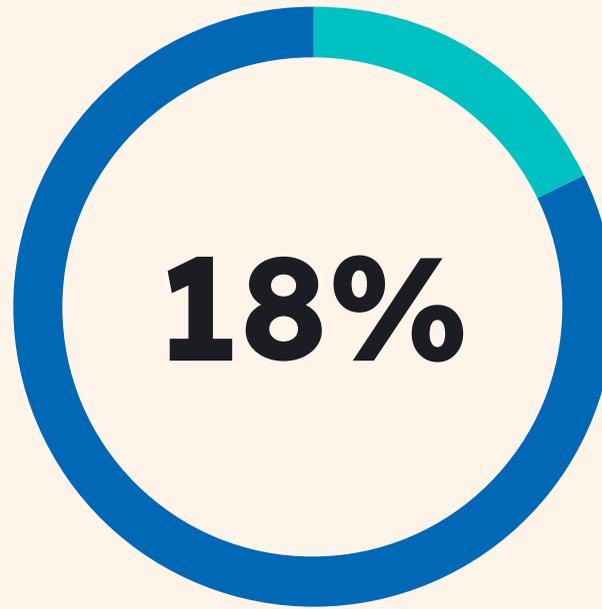


Deutsche Marketingteams halten generative KI für sehr wichtig (31 %) bis ziemlich wichtig (48 %) für ihre gesamte Content-Marketing-Strategie.

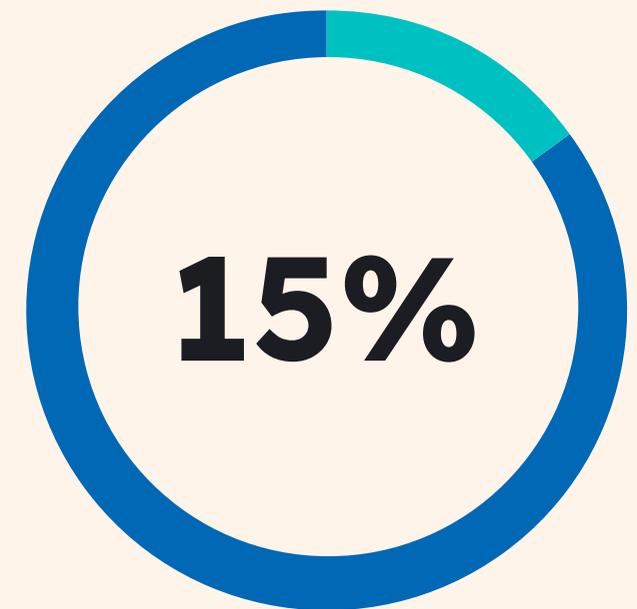
Wie setzen deutsche Marketingteams generative KI für die Content-Erstellung ein? (Top 3):



Sammeln von Ideen/
Inspirationen für
Marketinginhalte

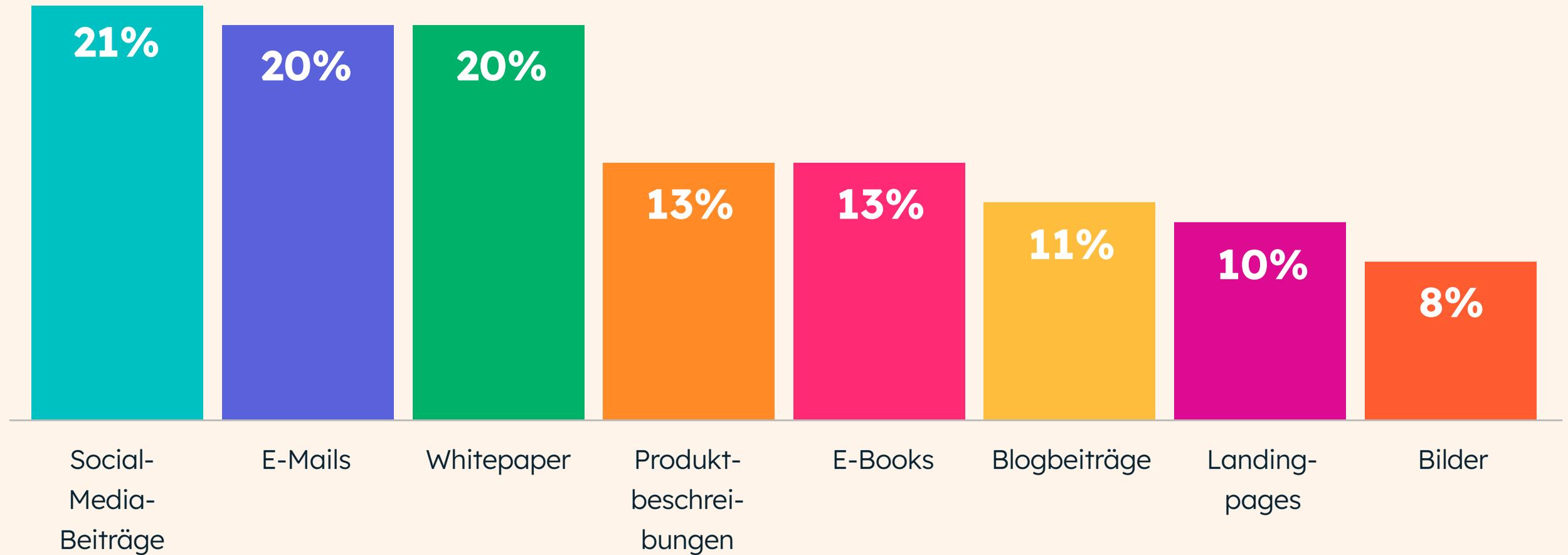


Entwürfe für
Marketinginhalte
erstellen

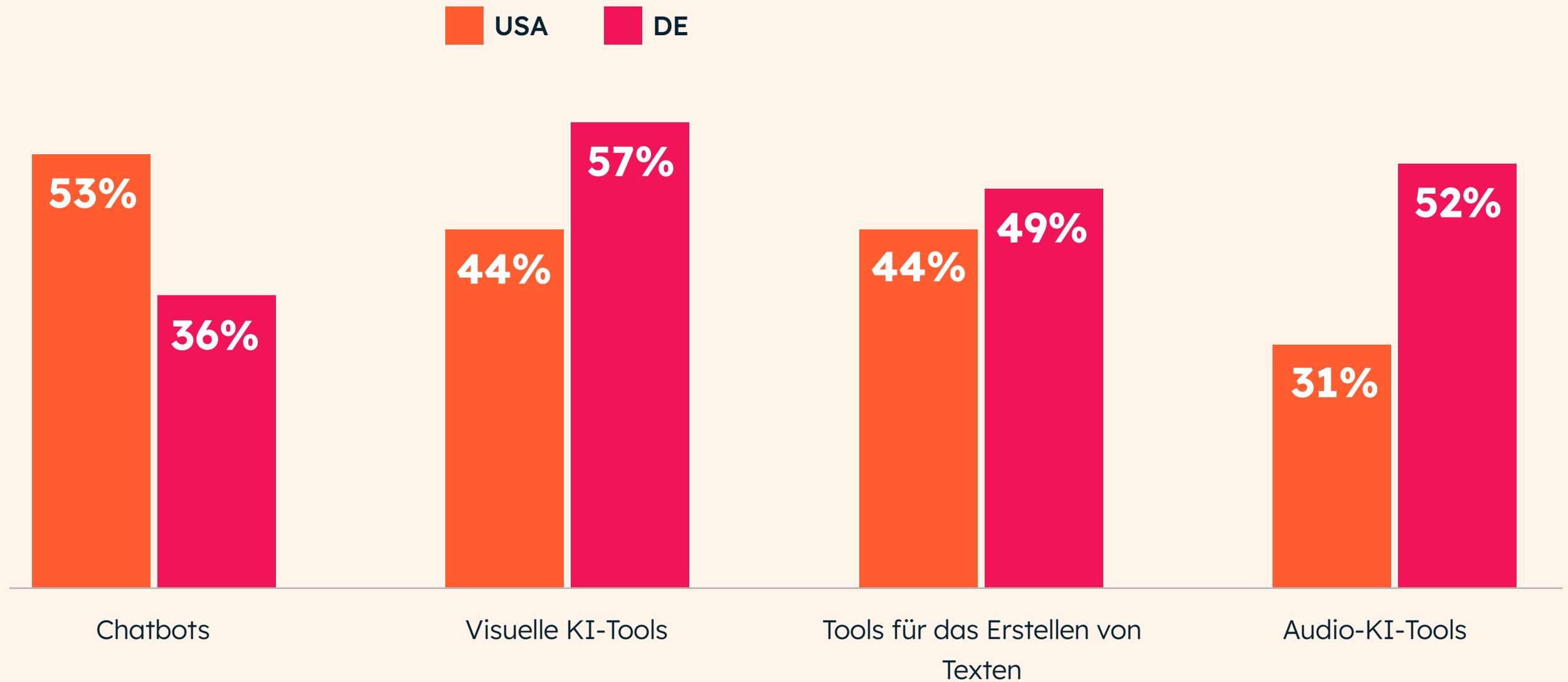


Wiederverwendung
von Marketinginhalten
durch Anpassung an
ein anderes Format

Welche Arten von Content erstellen Marketingteams in Deutschland mit generativer KI?



Welche generativen KI-Tools nutzen Marketingteams bei ihrer Arbeit? (Top 4)



Wofür setzen amerikanische Vertriebsprofis KI/Automatisierung ein? (Top 3)



Die Hauptvorteile für den Einsatz von KI/Automatisierung sind: Automatisierung manueller Aufgaben, es bleibt mehr Zeit für den Verkauf, der Verkaufsprozess wird optimiert und es können mehr Leads generiert werden.

Wofür nutzen amerikanische Blogger/SEO-Fachleute KI/Automatisierung? (Top 3)



Die Hauptvorteile für den Einsatz von KI/Automatisierung sind: Blogprofis bei der SEO-Optimierung ihrer Website zu unterstützen, das Nutzererlebnis zu verbessern, eine SEO-basierte Contentstrategie entwickeln und durch Automatisierung manueller Aufgaben Zeit zu sparen

44 % der Blogprofis/SEO-Fachleute in den USA erwarten, dass Chatbots einen positiven Einfluss auf SEO haben werden, 51 % erwarten das nicht:

44%

Ich rechne mit einem positiven Einfluss auf meine SEO-Strategie.



5%

Ich rechne mit einem negativen Einfluss auf meine SEO-Strategie.

51%

Ich erwarte, dass sie keinen Einfluss auf meine SEO-Strategie haben werden.

Wofür setzen deutsche Mitarbeitende im Kundenservice KI/Automatisierung ein? (Top 3)

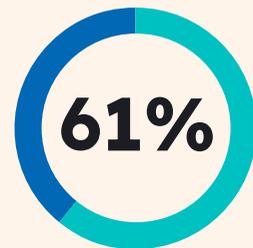


Die Hauptvorteile für den Einsatz von KI/Automatisierungstools im Kundenservice sind: Verfügbarkeit des Kundenservices rund um die Uhr, Automatisierung manueller Aufgaben und schnellere Beantwortung von Kundenanfragen, sodass die Mitarbeitenden mehr Zeit für die Lösung von komplexeren Aufgaben haben

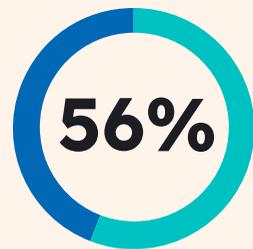
Bei allen Vorzügen: Deutsche Branchenfachleute, die KI einsetzen, stimmen den folgenden Aussagen vollkommen oder eher zu:



KI ist eine Bedrohung für die Menschheit.



Jobs werden irgendwann komplett durch KI ersetzt.



Ich mache mir Sorgen, dass mein Arbeitsplatz in den nächsten Jahren durch KI ersetzt werden könnte.

Herausforderungen bei der Anwendung

Die drei größten Herausforderungen für US-amerikanische Marketingteams, die generative KI für Ihre Arbeit einsetzen, sind:

Der generierte Content ist nicht immer für mein gewünschtes Ergebnis relevant **32%**

Generative KI produziert manchmal ungenaue Informationen **32%**

Generative KI kann keine wirklich originellen/ einzigartigen Inhalte erstellen **27%**

Generative KI erzeugt manchmal Plagiate **27%**

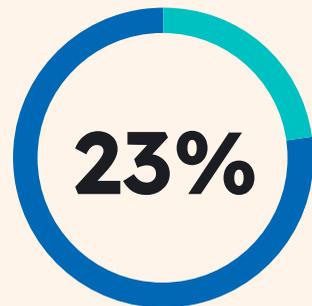
Die produzierten Inhalte sind zu oberflächlich/unklar **24%**

Herausforderung: Ungenauigkeit

Die größte Herausforderung für deutsche Marketingteams im Umgang mit KI ist, dass KI-Tools manchmal ungenaue Informationen erzeugen



sagen, dass sie durch KI Informationen erhalten haben, von denen sie wussten, dass sie falsch waren.



der Marketingfachleute sind sehr zuversichtlich, dass sie erkennen, wenn KI-generierte Informationen ungenau oder falsch sind.

Deutsche Marketingfachleute wollen sich nicht zu sehr von künstlicher Intelligenz abhängig machen

46%
(USA 67 %)

Man sollte KI/
Automatisierung bei der
Arbeit einsetzen, sich
aber nicht zu sehr darauf
verlassen



33%
(USA 21 %)

KI/Automatisierung
sollte so viel wie möglich
eingesetzt werden

21%
(USA 11 %)

Einsatz von KI/
Automatisierung sollte
vermieden werden

Herausforderungen bei der Anwendung

Die drei größten Herausforderungen für Vertriebsmitarbeitende in den USA, DIE generative KI für ihre Arbeit einsetzen, sind:

KI-Tools erzeugen manchmal ungenaue Informationen

43%

KI-Tools lassen sich nur schwer in bestehende Daten/Systeme integrieren

40%

Schwierigkeiten bei der Nutzung von KI-Tools, das gewünschte Ergebnis zu erreichen

30%



Nur 57 % der Vertriebsmitarbeitenden, die KI-/Automatisierungstools sowie ein CRM-System einsetzen, geben an, dass die Tools in ihr CRM-System integriert sind.

Herausforderungen bei der Anwendung

Die drei größten Herausforderungen für Mitarbeitende des Kundenservice in den USA, die generative KI für ihre Arbeit einsetzen, sind:

Weiterhin ein personalisiertes Kundenerlebnis schaffen

45%

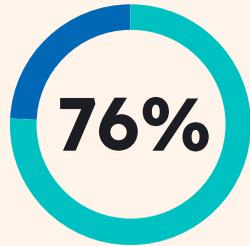
KI-Tools erzeugen manchmal fehlerhafte Informationen

40%

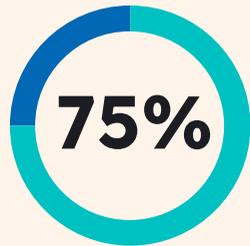
KI-Tools lassen sich nur schwer in bestehende Daten/Systeme integrieren

32%

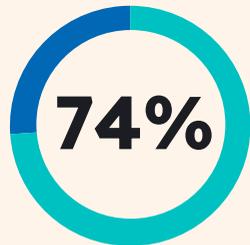
Deutsche Unternehmen stellen sich auf eine KI-gestützte Zukunft ein:



sagen, dass bis 2024 die meisten Menschen Chatbots wie ChatGPT zur Beantwortung ihrer Fragen nutzen werden und nicht mehr Suchmaschinen wie Google.



sagen, dass KI/Automatisierung ihrem Unternehmen helfen kann, in einer Weise zu wachsen, die ohne sie nicht möglich wäre.



sagen, dass bis 2024 die meisten von ihnen genutzten Softwareprogramme über integrierte KI- oder Automatisierungsfunktionen verfügen werden.

STUDIENSTECKBRIEF

HubSpot-Blog-Studie „The State of AI“, durchgeführt im März 2023 von Qualtrics

- Umfrageteilnehmende: Vollzeitangestellte Fachkräfte über 18 Jahren aus Marketing, Vertrieb, Kundenservice und SEO (Mehrfacheinordnungen möglich)
 - N= 1.387 in den USA (285 aus Marketing, 648 aus Vertrieb, 945 aus Kundenservice; 101 aus SEO;)
 - N=103 in Deutschland (61 aus Marketing, 64 aus Kundenservice, 29 aus Vertrieb, 45 aus SEO)

