

IKM Impuls: Risk & Trust

Warum KI-Systeme scheitern und wie man sie rettet

Künstliche Intelligenz ist in Marketing, Kommunikation und Organisationen längst im Einsatz. Von generativen Text- und Bildsystemen über Empfehlungssysteme bis hin zu KI-gestützter Entscheidungsunterstützung. Doch viele dieser Systeme scheitern im Alltag: an mangelndem Vertrauen, fehlender Transparenz, unklarer Verantwortung oder einer unzureichenden Fehlerkultur.

Wirtschaft

9. Februar 2026



[Link zur IKM Impuls Website](#)

IKM Impuls: Risk & Trust

Agenda



Vorstellung Speaker & Thema

5 Minuten



4 Risk & Trust Fallbeispiele + Live Umfrage

20 Minuten



Plenumsdiskussion / Fragerunde

5 Minuten



Risk & Trust

Warum KI-Systeme scheitern
und wie man sie rettet



HSLU

Quelle: ChatGPT

Speaker: Alexander Boll

Dozent an der Hochschule Luzern mit
Schwerpunkt **Applied AI & Digitalisierung**

Langjährige Erfahrung in **digitalen
Transformations- und Innovationsprojekten**

Tätigkeit an der Schnittstelle von **Technologie,
Organisation und Management**

Digital Business

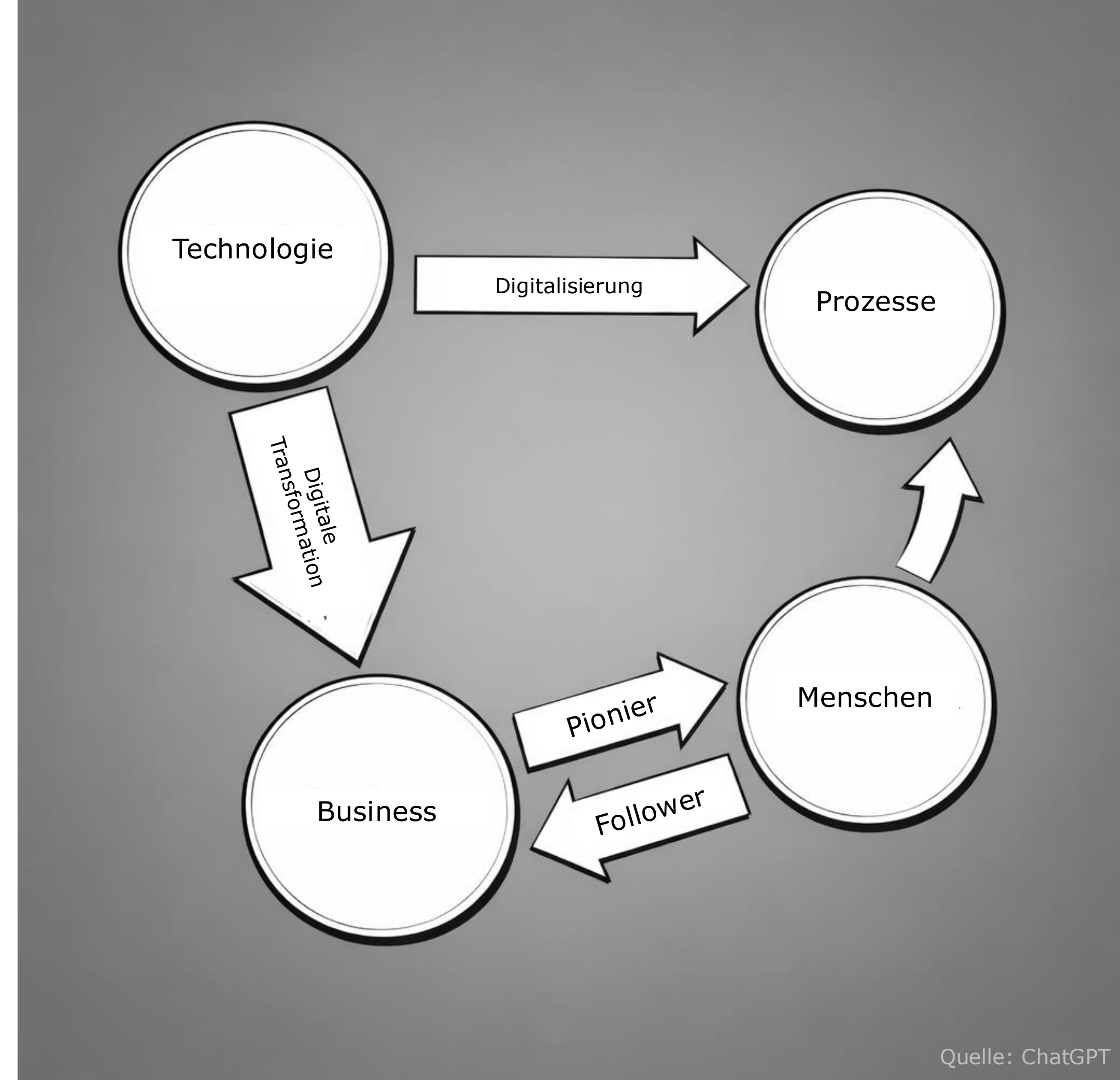
Bereiche der KI / Digitalen Transformation

1. Technologie

2. Business

3. Prozesse

4. Menschen



Quelle: [Dr. Marcus Disselkamp, Digital Business: Moderne Geschäftsmodelle](#)

IKM Impuls: Risk & Trust

Technologie

Coca-Cola 2025 „Holidays Are Coming“ (AI-Generated)¹

- Ikonische Weihnachtskampagne „Holidays Are Coming“ (auch bereits 2024 gab es eine KI-generierte Weihnachtskampagne)
- Einsatz von **generativer KI** (Bild & Video)
- Ziel: Innovation, Effizienz, moderne Markeninszenierung
- Global ausgespielt (Premium-Brand, hohe emotionale Erwartung)²

Quelle: ¹[Link](#), ²[Link](#)



Quelle: [Link](#)

IKM Impuls: Risk & Trust

Technologie

Herausforderungen

1. Technische Herausforderung¹

- Visuelle Inkonsistenzen (Objekte, Bewegung, Kontinuität)
- „Uncanny“-Eindruck bei Figuren & Szenen
- Fehlende emotionale Tiefe trotz hohem Produktionsaufwand

2. Kommunikative Herausforderung²

- Wahrnehmung: „künstlich“, „seelenlos“
- Bruch mit nostalgischem Markenkern
- Diskussion nicht über Botschaft, sondern über Technik

Quelle: ¹[Link](#), ²[Link](#)



Quelle: [Link](#)

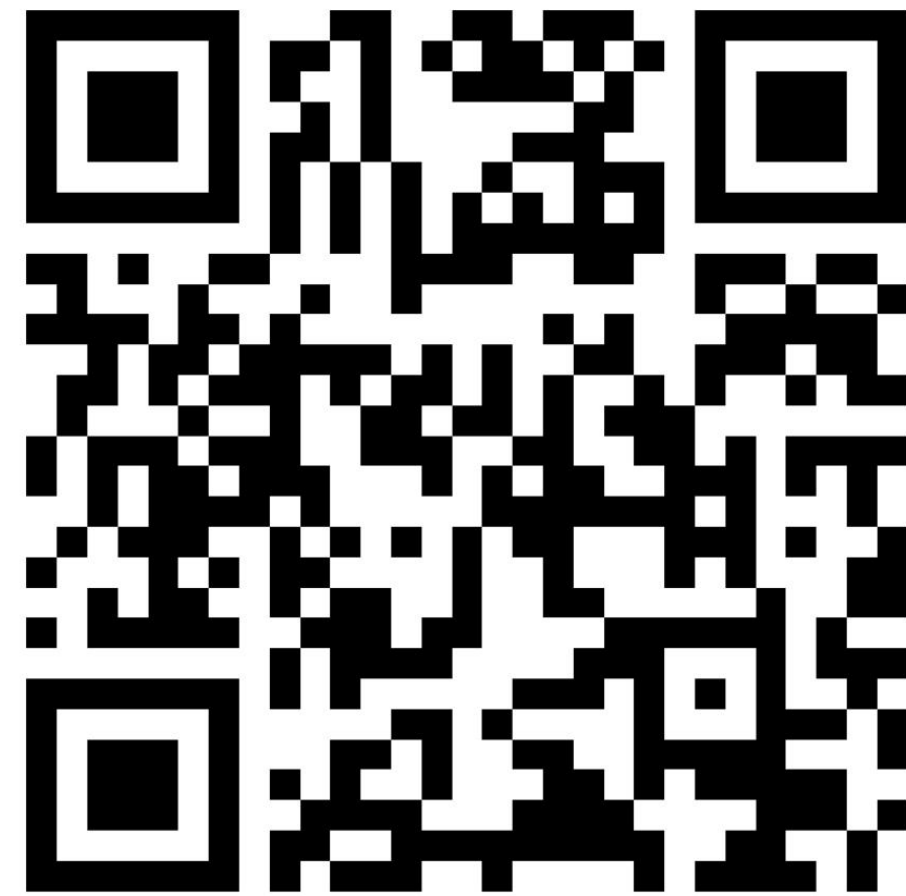


Wie können wir generative KI einsetzen,
ohne dass technologische Limitierungen
Markenvertrauen untergraben?

IKM Impuls: Risk & Trust

Live Umfrage (neutral)

IKM Impuls: Risk & Trust: Warum KI-Systeme scheitern und wie man sie rettet





Lösung 1

Human Quality Gate¹

KI-Outputs dürfen erst nach klar definierten menschlichen Qualitätsprüfungen veröffentlicht werden.

- Visuelle Konsistenz
- Emotionale Wirkung
- Markenfit

Lösung 2

Hybrid statt Vollautomatisierung²

Generative KI gezielt für Teilaspekte nutzen, nicht für ikonische Kernelemente.

- KI für Hintergründe, Varianten, Pre-Visuals
- Mensch für Story, Emotion, Schlüsselszenen

Lösung 3

Technologie-Reife an Markenrisiko koppeln³

Je höher die Markenbedeutung, desto konservativer der KI-Einsatz.

- Klare Risikoklassen für Kampagnen
- Keine „Beta-Technologie“ auf ikonischen Touchpoints

Aufgabe: Beantworte die Frage, indem du an der Live-Umfrage (QR-Code) teilnimmst.

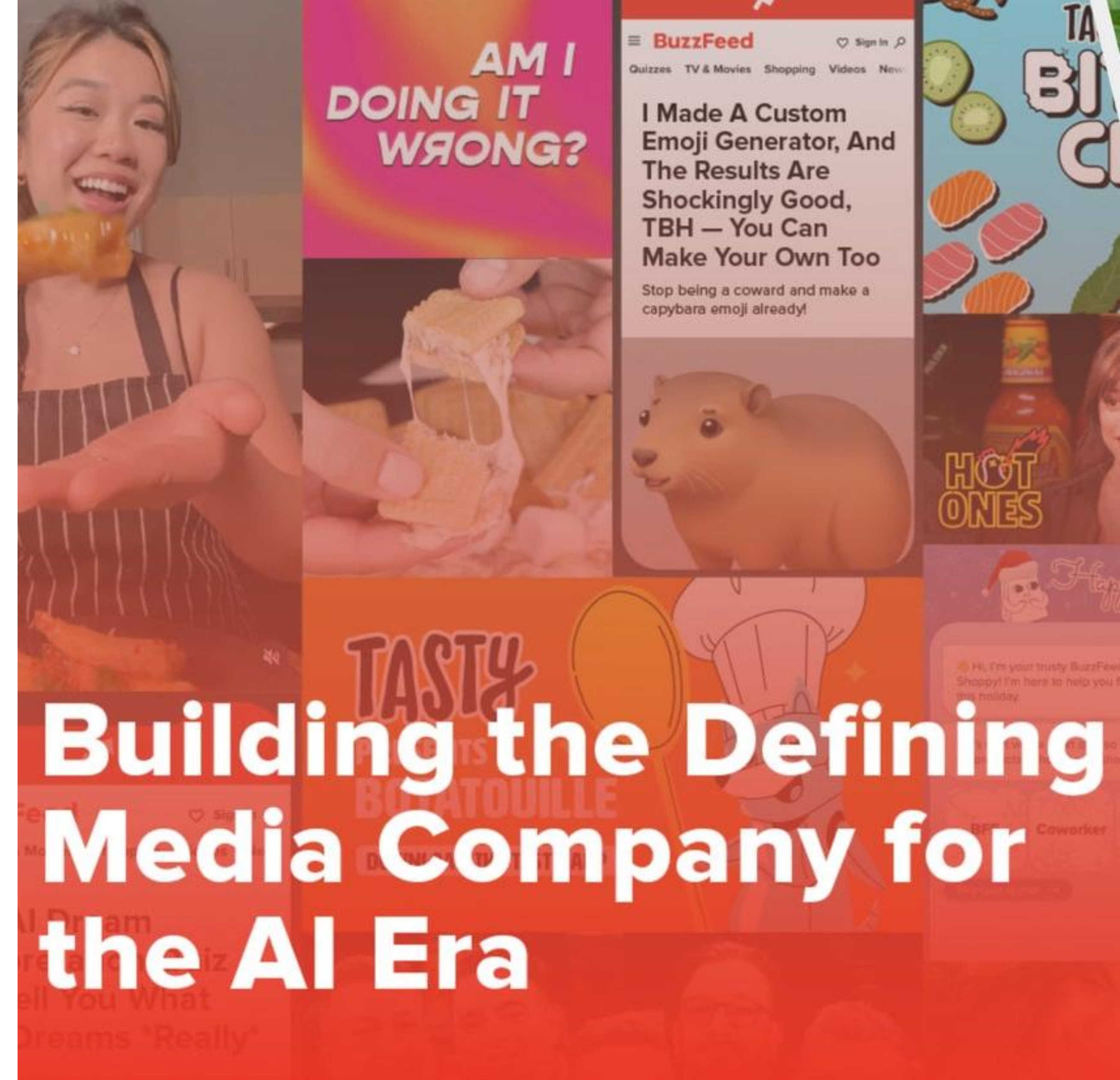
IKM Impuls: Risk & Trust

Business

BuzzFeed: AI-First Content Strategy¹

- US-Medienmarke **BuzzFeed**
- Früher & offensiver Einsatz seit 2023 von **KI-generiertem Content**
- Positionierung als „AI-First Media Company“
- Ziel: Effizienz, Skalierung, Reichweite

Quelle: ¹[Link](#)



Quelle: [Link](#)

IKM Impuls: Risk & Trust

Business

Herausforderungen

1. Business-Herausforderung¹

- KI ersetzt Differenzierung statt sie zu stärken
- Content-Inflation ohne Mehrwert
- Sinkender Traffic & Engagement

2. Marken- & Markt-Herausforderung²

- Verlust der „human voice“
- Wahrnehmung: austauschbar, generisch
- KI-Content wird nicht als Premium wahrgenommen

Quelle: ¹[Link](#), ²[Link](#)



Quelle: [Link](#)



Wie können wir KI nutzen,
ohne unseren Markenkern und unsere
Differenzierung zu verlieren?



Lösung 1

KI als Verstärker, nicht als Ersatz¹

KI unterstützt Redaktion und Kreativität, ersetzt sie aber nicht.

- KI unterstützt Recherche, Struktur, Ideenfindung
- Redaktion behält Stimme, Haltung, Verantwortung

Lösung 2

Klare Wertlogik pro Use Case²

Jeder KI-Einsatz muss einen erkennbaren Mehrwert für Nutzer:innen liefern.

- Kein KI-Content ohne Relevanzversprechen
- Wirkung messen, nicht nur Output

Lösung 3

Markenfit als harte Entscheidungsregel³

Kein KI-Content, der die Kernidentität der Marke verwässert.

- Klare Stop-Regeln bei Verwässerung
- Marke ist Leitplanke, nicht Effizienz

Aufgabe: Beantworte die Frage, indem du an der Live-Umfrage (QR-Code) teilnimmst.

IKM Impuls: Risk & Trust

Prozesse

UZH: Verdecktes Reddit-Bot-Experiment¹

- Forschende der **University of Zurich**
- Einsatz von **KI-Bots** in Reddit-Diskussionen
- Ziel: Untersuchung von Meinungsänderung
- Community & Plattform **nicht informiert**

Quelle: ¹Link, ²Link



Quelle: [Link](#)

IKM Impuls: Risk & Trust

Prozesse

Herausforderungen

1. Prozess-Herausforderung¹

- Kein Consent-Gate
- Kein Eskalationsprozess vor Live-Einsatz
- Ethik-Review nicht operationalisiert

2. Governance-Herausforderung²

- Forschungsethik ≠ Praxis-Readiness
- Keine Verantwortungsklarheit
- Fehlende Innovations-Pipeline

Quelle: ¹[Link](#), ²[Link](#)



Quelle: [Link](#)



Wie können wir KI-Experimente
durchführen,
ohne Vertrauen von Communities und
Öffentlichkeit zu verlieren?

IKM Impuls: Risk & Trust

Prozesse



Lösung 1

Governance vor Experiment¹

Kein KI-Feldeinsatz ohne klare Freigabe- und Eskalationsprozesse

- Rollen & Verantwortlichkeiten definiert
- Abbruchkriterien vorab festgelegt

Lösung 2

Consent & Transparenz als Default²

Betroffene Communities / Plattformen müssen informiert und geschützt werden.

- Zustimmung von Plattformen einholen
- Vertrauen als Voraussetzung für Innovation

Lösung 3

Innovationspipeline mit Ethik-Gates³

Ethik, Recht und Kommunikation müssen Teil des Innovationsprozesses sein.

- Kein Übergang in nächste Phase ohne Prüfung
- Governance als kontinuierlicher Prozess

Aufgabe: Beantworte die Frage, indem du an der Live-Umfrage (QR-Code) teilnimmst.

Quelle: ¹Link, ²Link, ³Link

IKM Impuls: Risk & Trust

Menschen

Klarna: AI-First Customer Service dann Rückkehr zum Menschen¹

- Fintech/ Zahlungsdienstleister **Klarna**
- Massive Automatisierung des Kundenservices durch KI
- Kommunikation: KI ersetzt hunderte Mitarbeitende
- 2025: Kurskorrektur dann Rückkehr zu menschlichem Support

Quelle: ¹[Link](#), ²[Link](#)



Quelle: [Link](#)

IKM Impuls: Risk & Trust

Menschen

Herausforderungen

1. Menschliche Herausforderung¹

- Vertrauensverlust bei Kund:innen
- Emotionale & komplexe Fälle nicht lösbar
- Gefühl des „Abgewimmeltwerdens“

2. Organisationale Herausforderung²

- Mensch als Kostenfaktor statt Qualitätsanker
- Fehlendes Human-in-the-Loop-Design
- Überbetonte Effizienzlogik

Quelle: ¹Link, ²Link



Quelle: Link



Wie können wir KI zur Effizienzsteigerung
nutzen,
ohne Servicequalität und Vertrauen zu
beschädigen?



Lösung 1

Human-in-the-Loop als Standard¹

KI übernimmt Standardfälle, Menschen komplexe und emotionale Anliegen.

- Kein Übergang in nächste Phase ohne Prüfung
- Governance als kontinuierlicher Prozess

Lösung 2

Servicequalität vor Effizienz²

Produktivität darf nie auf Kosten von Vertrauen gehen.

- Kundenerlebnis wichtiger als reine Kostenersparnis
- Qualitäts-KPIs priorisieren
- Effizienzgewinne nur bei stabiler Qualität

Lösung 3

Neue Rollen statt Substitution³

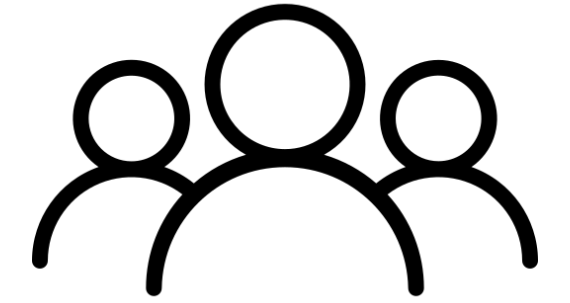
Menschliche Service-Rollen neu definieren, nicht eliminieren.

- Menschliche Kompetenzen gezielt weiterentwickeln
- Neue Rollen zwischen KI, Service & Qualität

Aufgabe: Beantworte die Frage, indem du an der Live-Umfrage (QR-Code) teilnimmst.

IKM Impuls: Risk & Trust

Plenumsdiskussion / Fragerunde



22 übermittelte Antworten

Wie können wir generative KI einsetzen, ohne dass technologische Limitierungen Markenvertrauen untergraben?

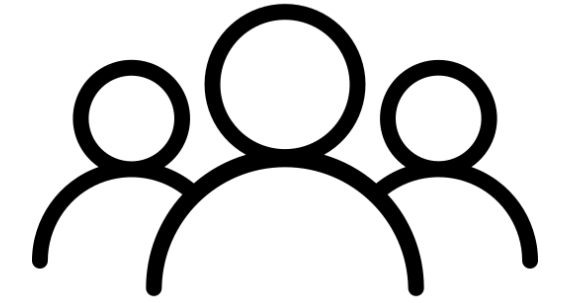
Überhaupt nicht geeignet Eher nicht geeignet Teilweise geeignet Gut geeignet Sehr gut geeignet



< 1 von 4 >

IKM Impuls: Risk & Trust

Plenumsdiskussion / Fragerunde



22 übermittelte Antworten

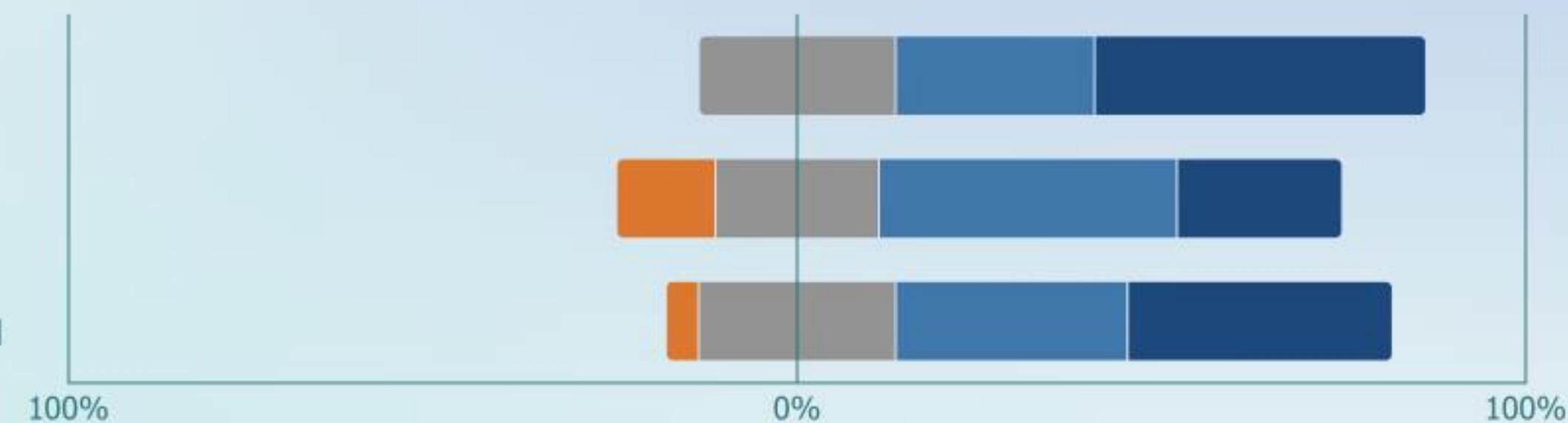
Wie können wir KI nutzen, ohne unseren Markenkern und unsere Differenzierung zu verlieren?

Überhaupt nicht geeignet Eher nicht geeignet Teilweise geeignet Gut geeignet Sehr gut geeignet

KI als Verstärker, nicht als Ersatz

Klare Wertlogik pro Use Case

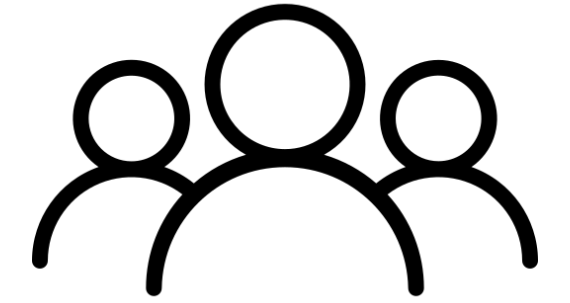
Markenfit als harte Entscheidungsregel



< 2 von 4 >

IKM Impuls: Risk & Trust

Plenumsdiskussion / Fragerunde



22 übermittelte Antworten

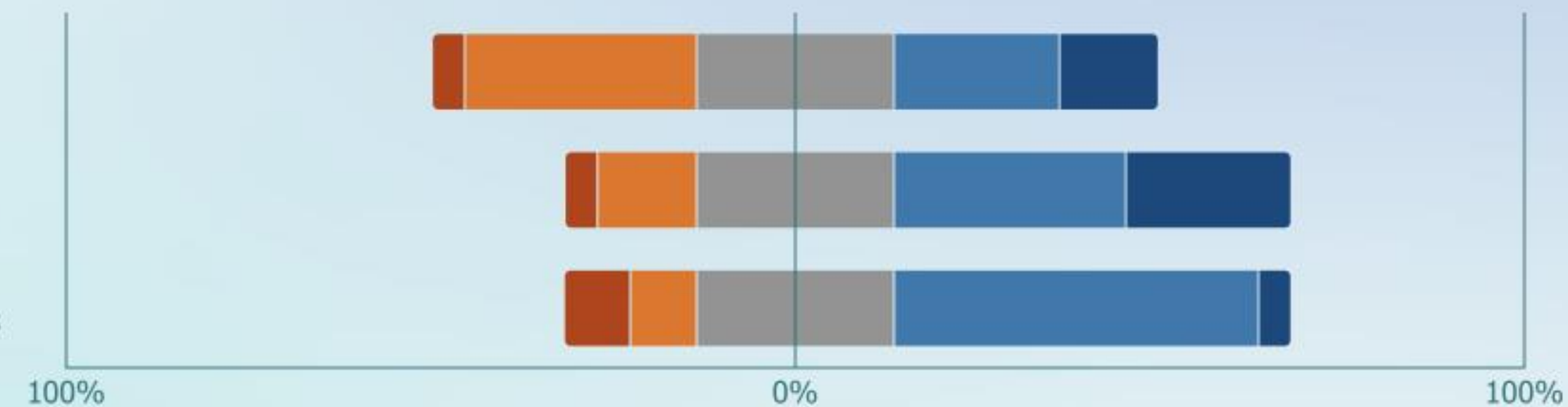
Wie können wir KI-Experimente durchführen, ohne Vertrauen von Communities und Öffentlichkeit zu verlieren?

Überhaupt nicht geeignet Eher nicht geeignet Teilweise geeignet Gut geeignet Sehr gut geeignet

Governance vor Experiment

Consent & Transparenz als Default

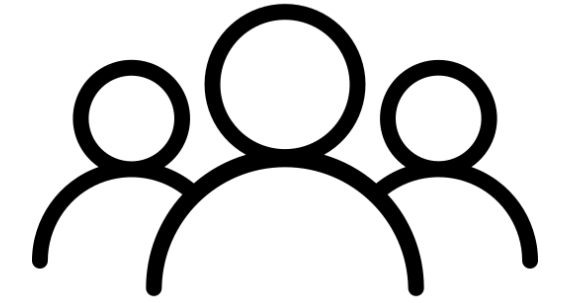
Innovationspipeline mit Ethik-Gates



< 3 von 4 >

IKM Impuls: Risk & Trust

Plenumsdiskussion / Fragerunde



22 übermittelte Antworten

Wie können wir KI zur Effizienzsteigerung nutzen, ohne Servicequalität und Vertrauen zu beschädigen?

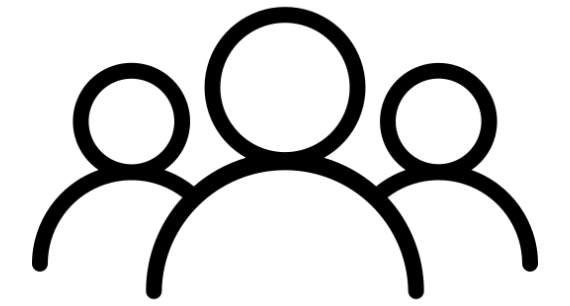
Überhaupt nicht geeignet Eher nicht geeignet Teilweise geeignet Gut geeignet Sehr gut geeignet



< 4 von 4 >

IKM Impuls: Risk & Trust

Plenumsdiskussion / Fragerunde



Alexander Boll



Quelle: ChatGPT

Herzlichen Dank!

Fragen?
Anmerkungen?
Lust auf mehr KI-Risiken
und Chancen?

HSLU
Alexander Boll
Dozent und SAS Co-Leitung

+41 41 349 38 35
alexander.boll@hslu.ch



SAS KI-Recht und -Ethik in Kundenbeziehungen

Programmstart am 6. März 2026

Mehr Informationen unter: [SAS KI-Recht und -Ethik in Kundenbeziehungen](#)