

# **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.



# IKM Impuls: Risk & Trust

## Agenda



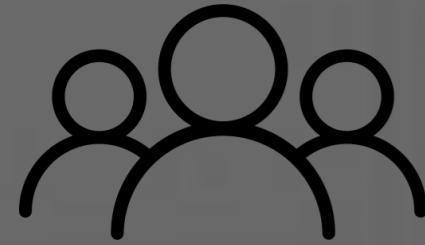
### Vorstellung Speaker & Thema

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**

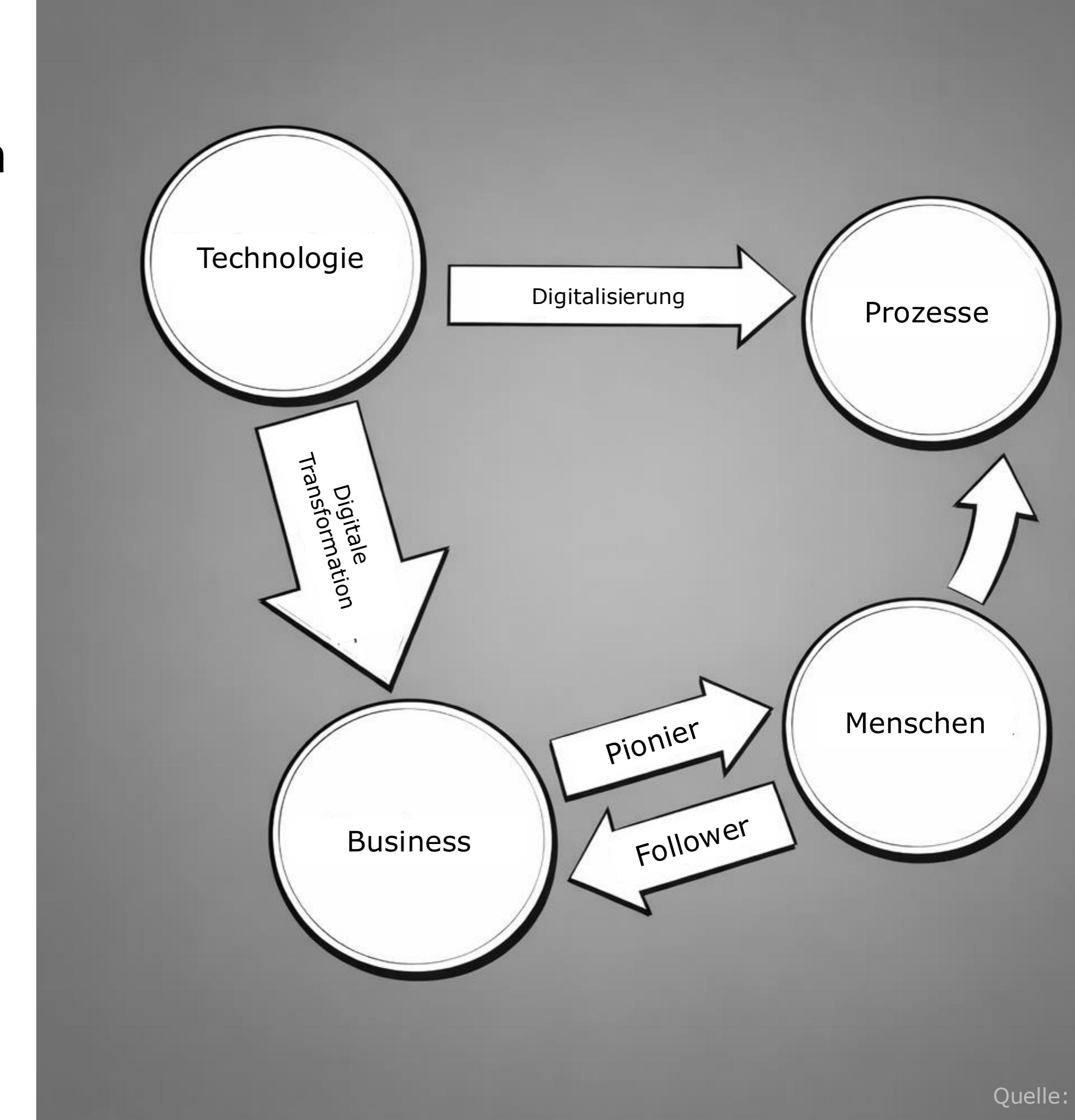
Langjährige Erfahrung in **digitalen  
Transformations- und Innovationsprojekten**

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)<sup>1</sup>

- 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)<sup>2</sup>



Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Technologie

### Herausforderungen

#### 1. Technische Herausforderung<sup>1</sup>

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

#### 2. Kommunikative Herausforderung<sup>2</sup>

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

Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#)



Quelle: [Link](#)



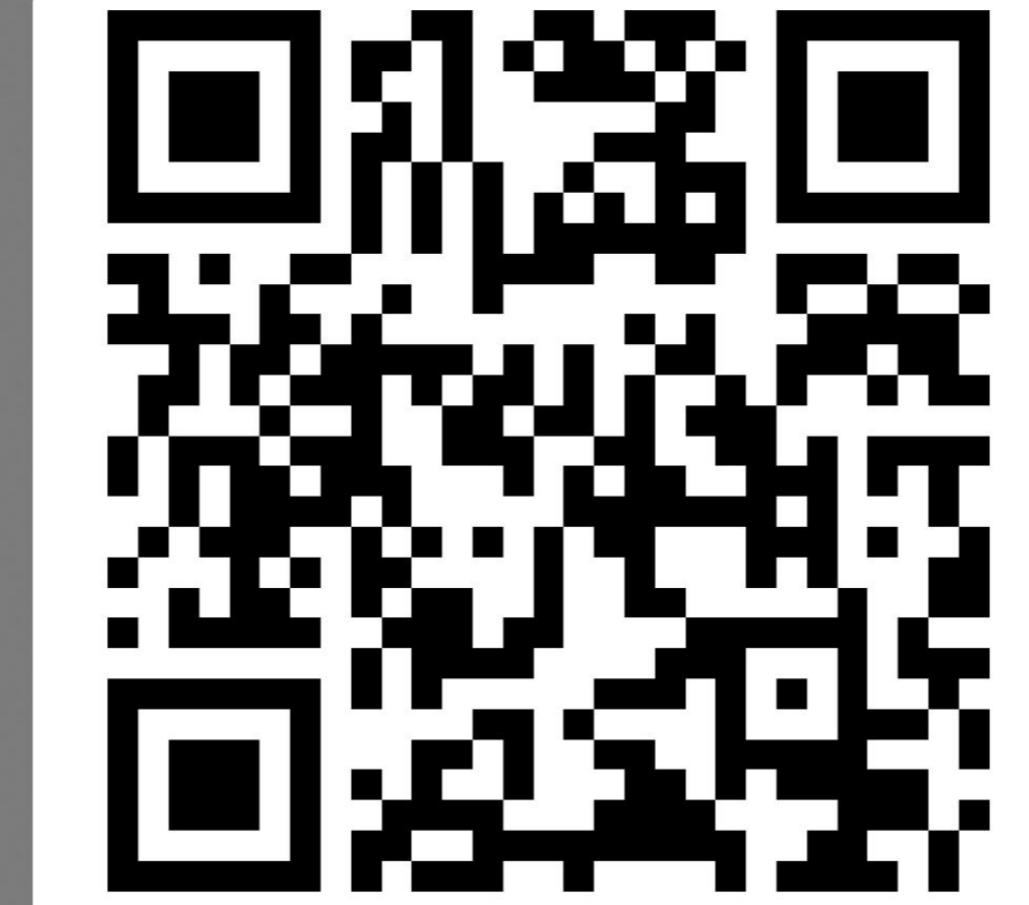
Wie können wir generative KI einsetzen,  
ohne dass technologische Limitierungen  
Markenvertrauen untergraben?

Quelle: [Link](#)

# **IKM Impuls: Risk & Trust**

Live Umfrage (neutral)

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



# IKM Impuls: Risk & Trust

## Technologie



### Lösung 1

#### **Human Quality Gate<sup>1</sup>**

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

- Visuelle Konsistenz
- Emotionale Wirkung
- Markenfit

### Lösung 2

#### **Hybrid statt Vollautomatisierung<sup>2</sup>**

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

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

### Lösung 3

#### **Technologie-Reife an Markenrisiko koppeln<sup>3</sup>**

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.

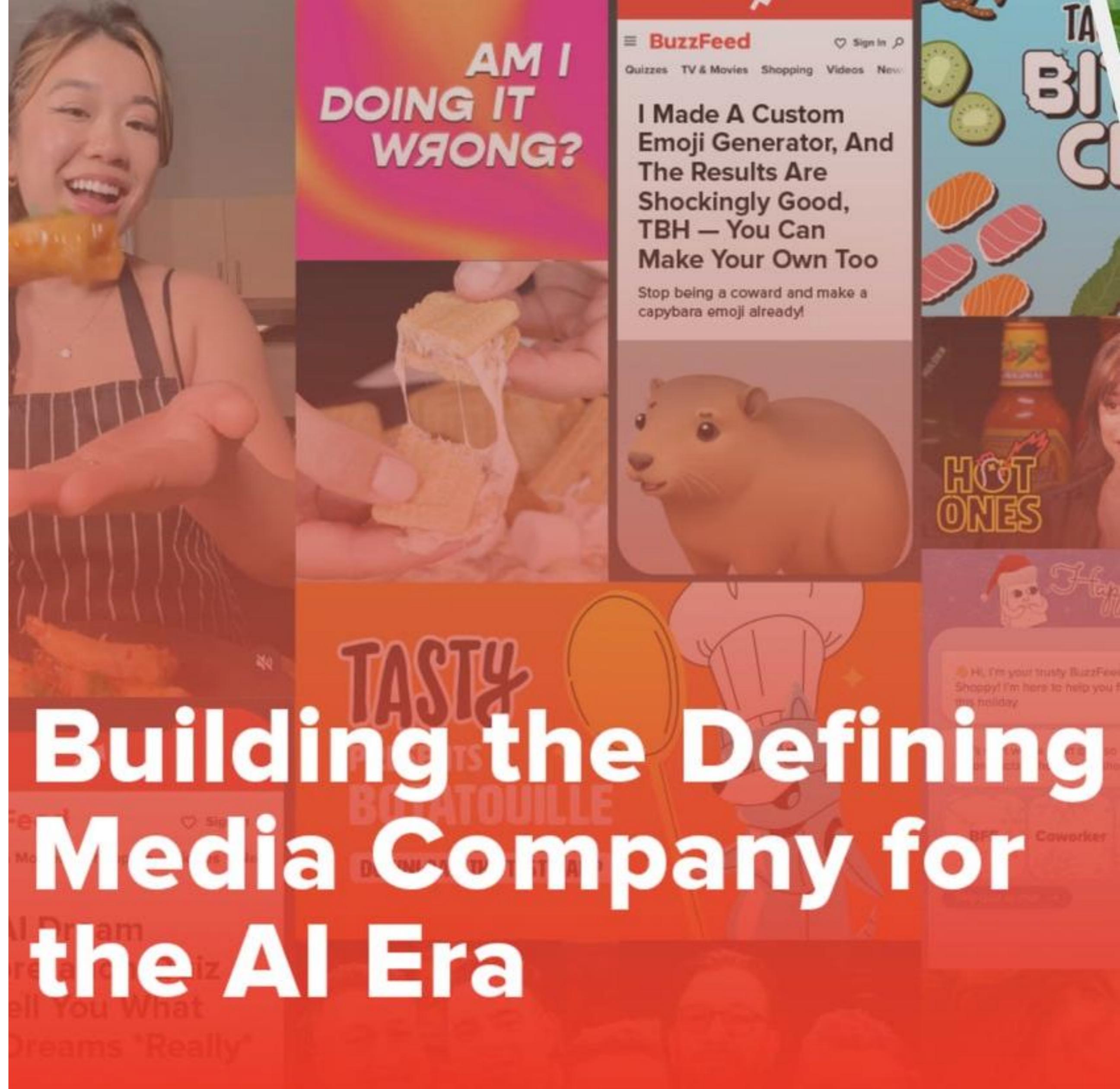
Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#), <sup>3</sup>[Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Business

### BuzzFeed: AI-First Content Strategy<sup>1</sup>

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



Quelle: [1Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Business

### Herausforderungen

#### 1. Business-Herausforderung<sup>1</sup>

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

#### 2. Marken- & Markt-Herausforderung<sup>2</sup>

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

Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#)



Quelle: [Link](#)



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

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Business



### Lösung 1

#### KI als Verstärker, nicht als Ersatz<sup>1</sup>

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 Case<sup>2</sup>

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 Entscheidungsregel<sup>3</sup>

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.

Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#), <sup>3</sup>[Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Prozesse

### UZH: Verdecktes Reddit-Bot-Experiment<sup>1</sup>

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

Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#)



Quelle: [Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Prozesse

### Herausforderungen

#### 1. Prozess-Herausforderung<sup>1</sup>

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

#### 2. Governance-Herausforderung<sup>2</sup>

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

Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#)



Quelle: [Link](#)



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

Quelle: [Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Prozesse



### Lösung 1

#### Governance vor Experiment<sup>1</sup>

Kein KI-Feldeinsatz ohne klare Freigabe- und Eskalationsprozesse

- Rollen & Verantwortlichkeiten definiert
- Abbruchkriterien vorab festgelegt

### Lösung 2

#### Consent & Transparenz als Default<sup>2</sup>

Betroffene Communities / Plattformen müssen informiert und geschützt werden.

- Zustimmung von Plattformen einholen
- Vertrauen als Voraussetzung für Innovation

### Lösung 3

#### Innovationspipeline mit Ethik-Gates<sup>3</sup>

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: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#), <sup>3</sup>[Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Menschen

### Klarna: AI-First Customer Service dann Rückkehr zum Menschen<sup>1</sup>

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

Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#)



Quelle: [Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Menschen

### Herausforderungen

#### 1. Menschliche Herausforderung<sup>1</sup>

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

#### 2. Organisationale Herausforderung<sup>2</sup>

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

Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#)



Quelle: [Link](#)



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

Quelle: [Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Menschen



### Lösung 1

#### Human-in-the-Loop als Standard<sup>1</sup>

KI übernimmt Standardfälle, Menschen komplexe und emotionale Anliegen.

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

### Lösung 2

#### Servicequalität vor Effizienz<sup>2</sup>

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 Substitution<sup>3</sup>

Menschliche Service-Rollen neu definieren, nicht eliminieren.

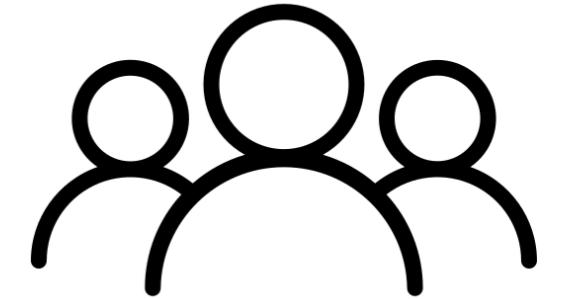
- Menschliche Kompetenzen gezielt weiterentwickeln
- Neue Rollen zwischen KI, Service & Qualität

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

Quelle: <sup>1</sup>[Link](#), <sup>2</sup>[Link](#), <sup>3</sup>[Link](#)

# IKM Impuls: Risk & Trust

## Plenumsdiskussion / Fragerunde



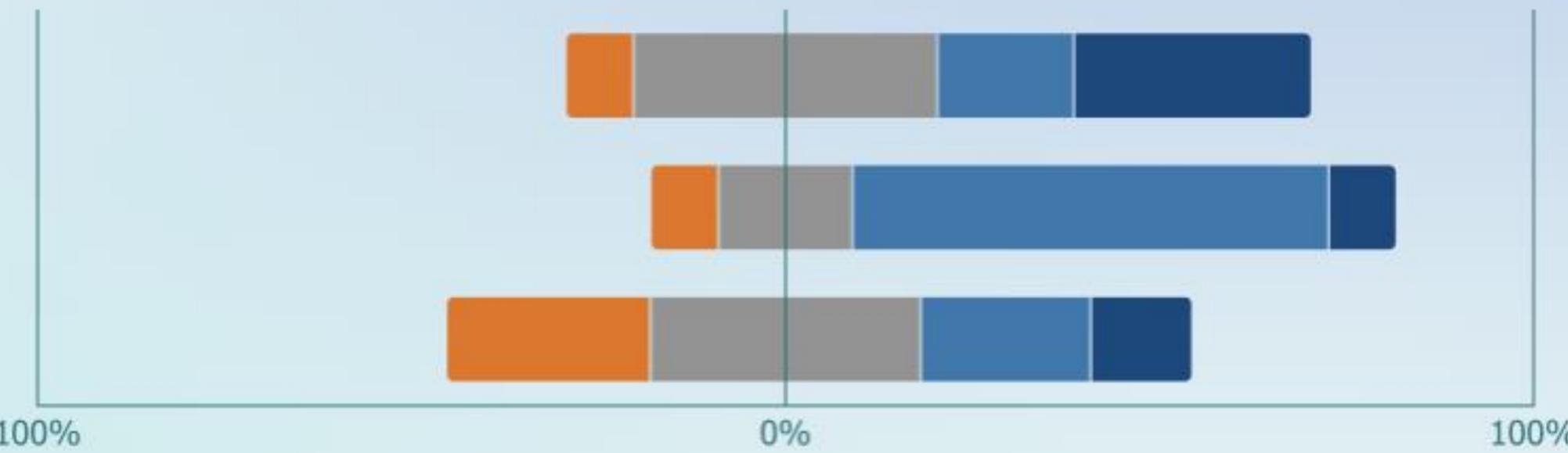
i

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

Human Quality Gate



Hybrid statt Vollautomatisierung

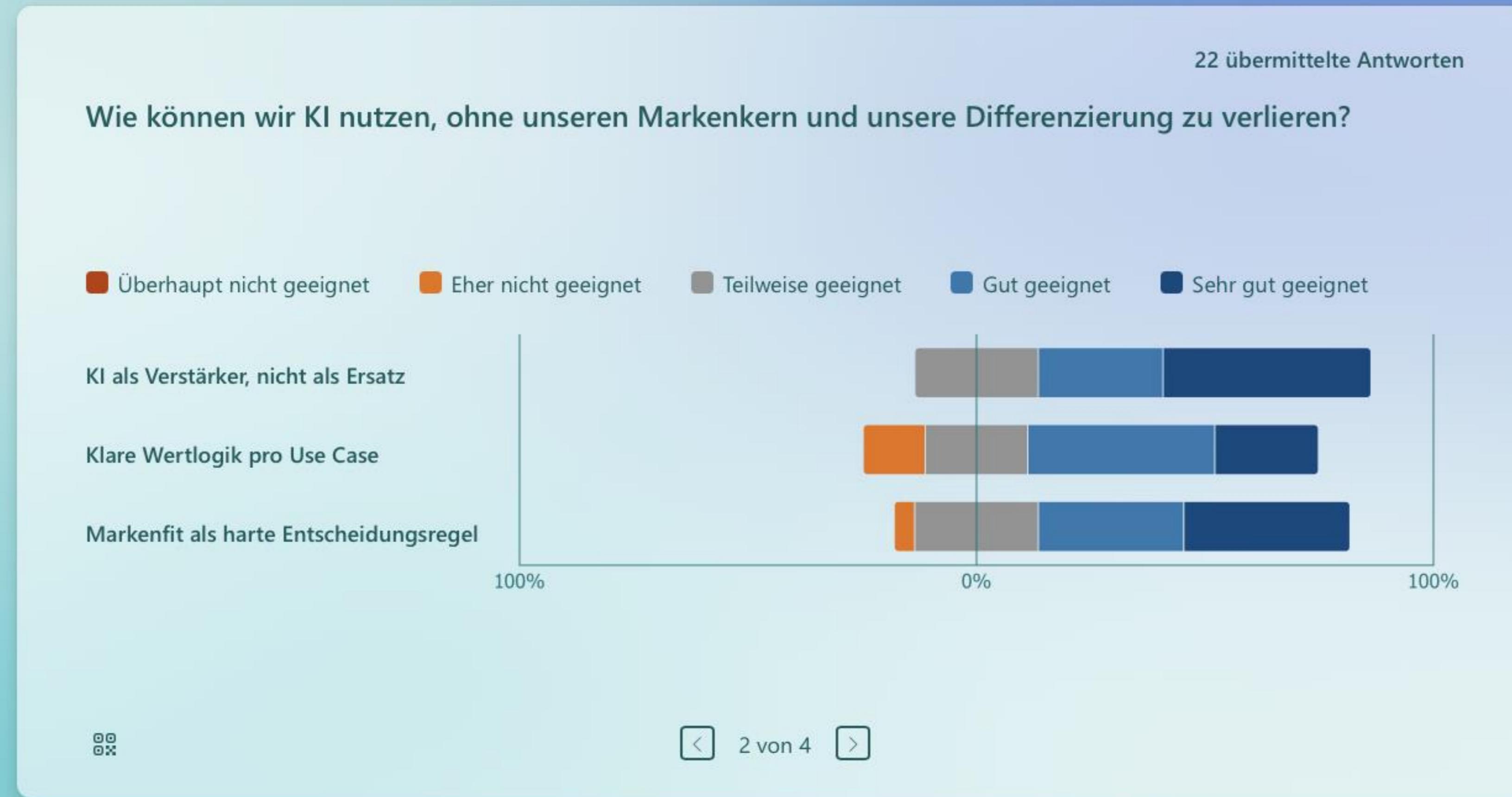
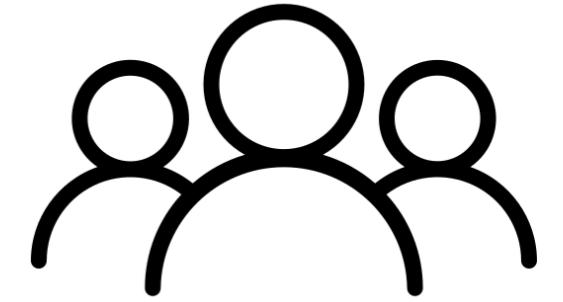
Technologie-Reife an Markenrisiko koppeln



1 von 4

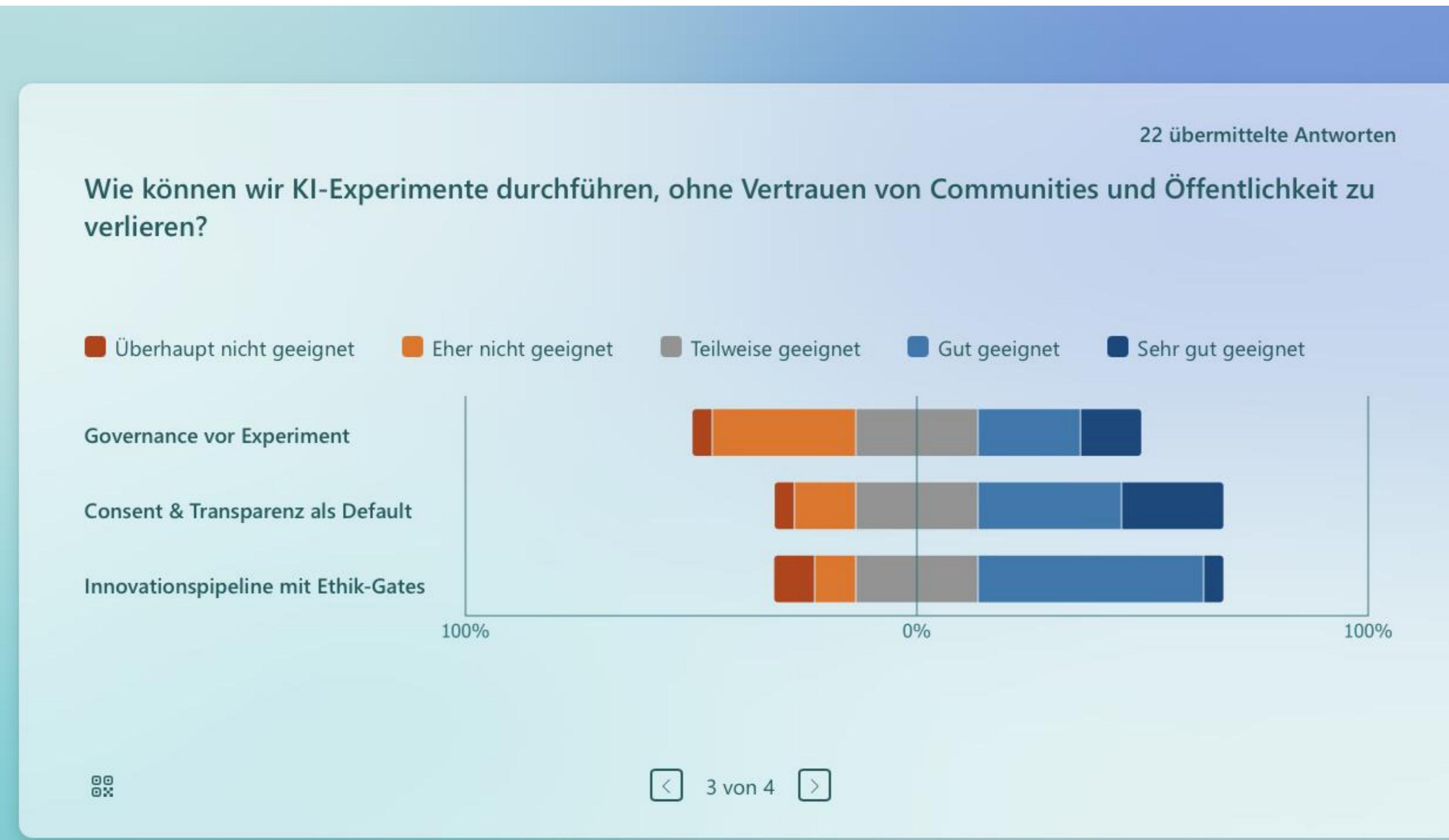
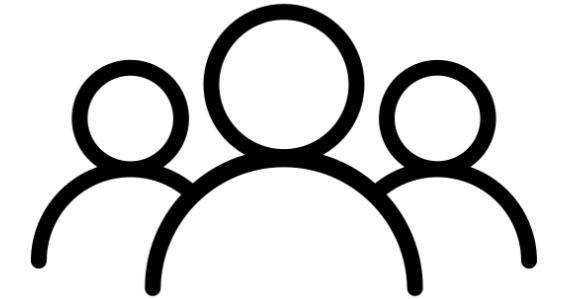
# IKM Impuls: Risk & Trust

## Plenumsdiskussion / Fragerunde



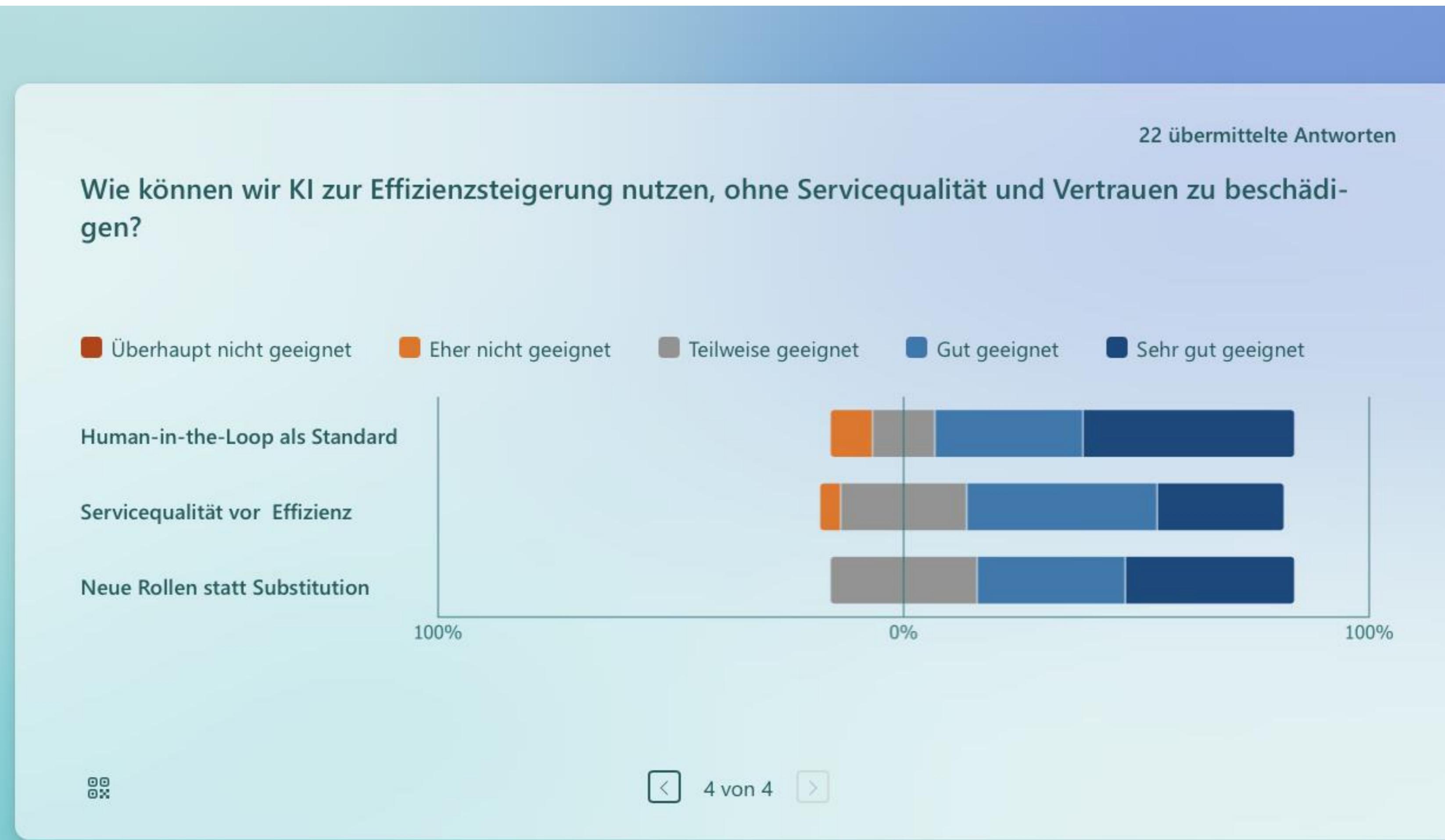
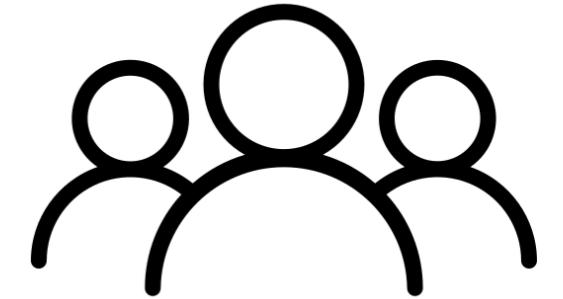
# IKM Impuls: Risk & Trust

## Plenumsdiskussion / Fragerunde



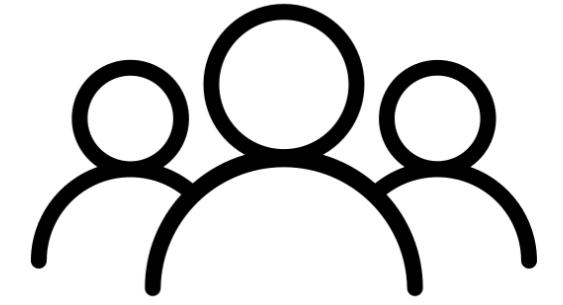
# IKM Impuls: Risk & Trust

## Plenumsdiskussion / Fragerunde



# IKM Impuls: Risk & Trust

## Plenumsdiskussion / Fragerunde



Alexander Boll



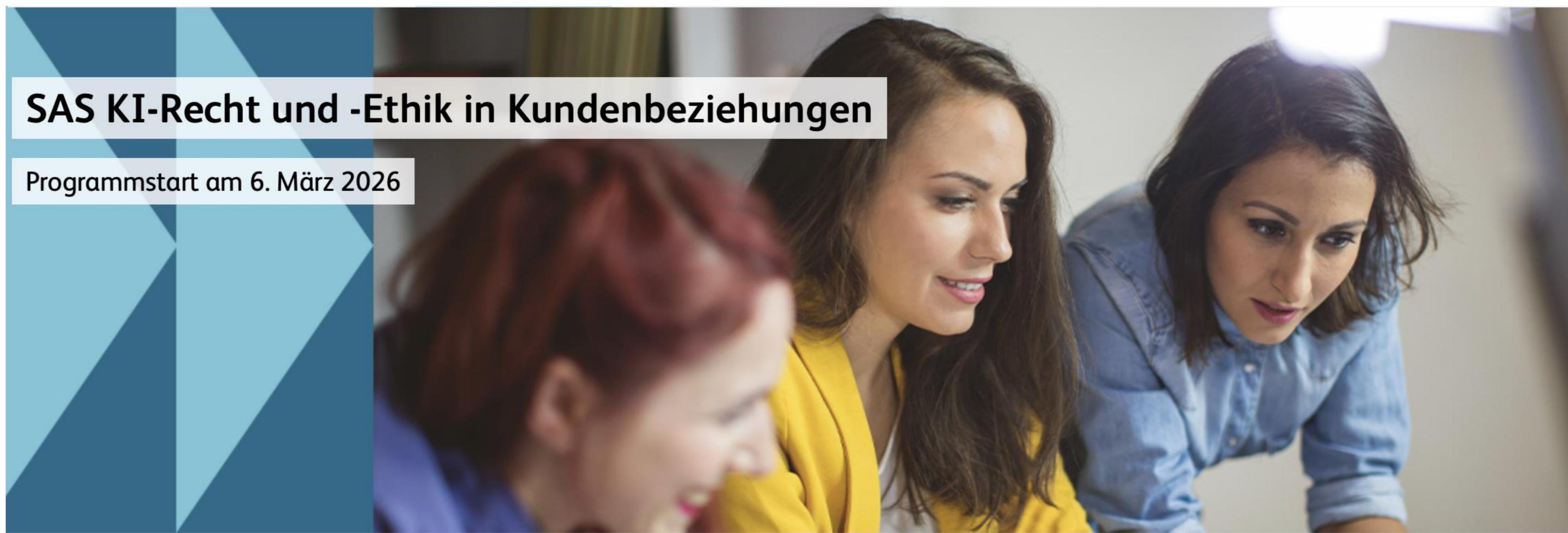
Quelle: ChatGPT

# 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](mailto:alexander.boll@hslu.ch)



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