

Herzlich willkommen zu unserer  
STAGE FOR CUSTOMER CENTRIC LEADERS

# KI@HEART



Barbara Aigner



Alexandra Nagy

5. Juni 2025

13-17 Uhr

Sky Stage im Tech Gate Vienna

KUNDE 

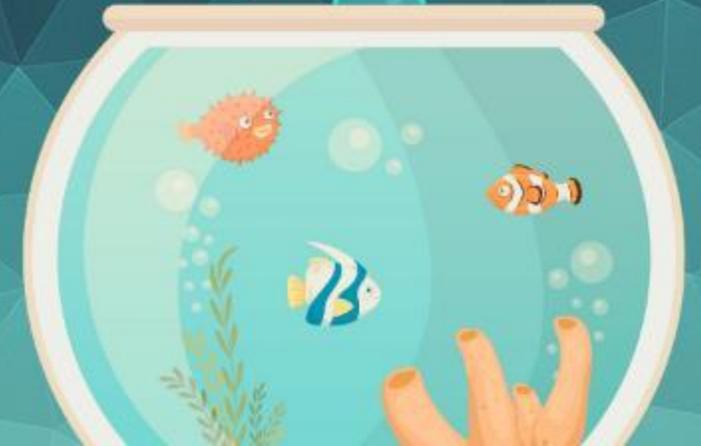
 **TOP SERVICE**  
ÖSTERREICH



**1. Landkarte: KI & ich als Führungskraft**

**2. Landkarte: KI & wir als Team**

**3. Landkarte: KI & wir als Unternehmen**



# KI@HEART

Unser Toolexperte:  
Christoph Tatzber



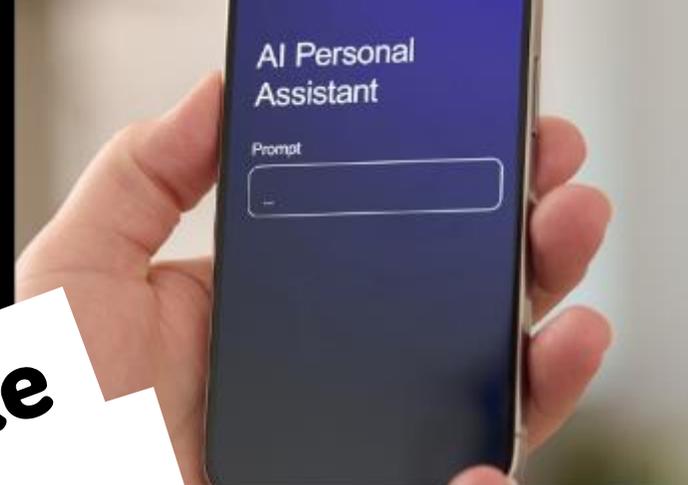
Unser Podcastexperte:  
Daniel Friesenecker



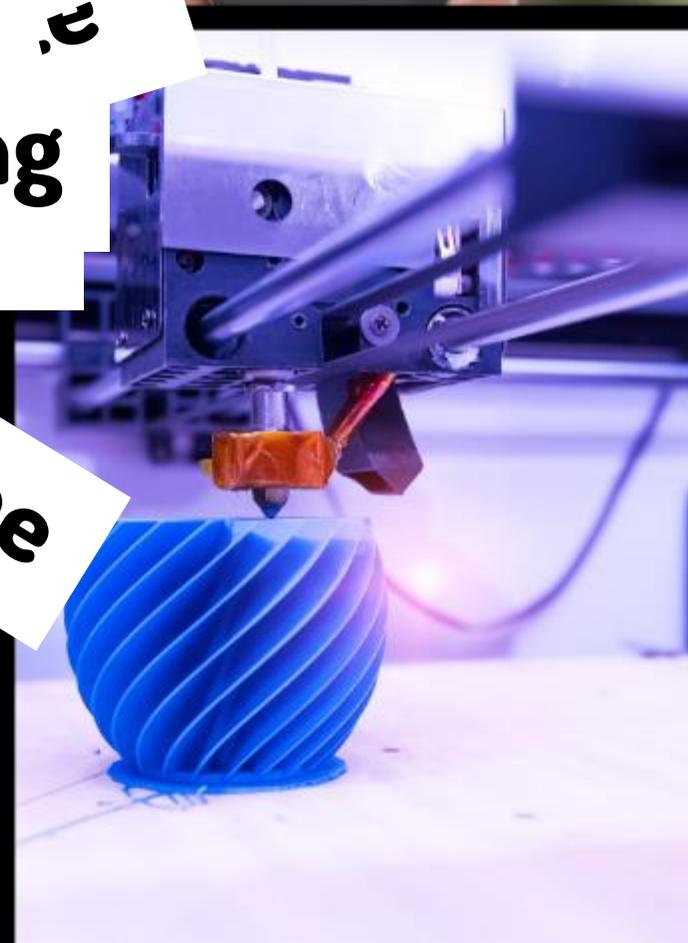


**Haben wir es jetzt  
geschafft?**





**Digital ...**  
**Intellig...**  
**Adapt...**  
**AI generierte Musikstücke**  
**Vererbung**  
**Arbeitsnetze**  
**Systeme**





# Sound of Customers

21

Customer  
Experience  
für Leaders

Word kicks in with bold brass fanfare  
A rhythm that makes the heart beat fair

Talkin' 'bout the sound of customers strong  
A journey where innovation rolls along

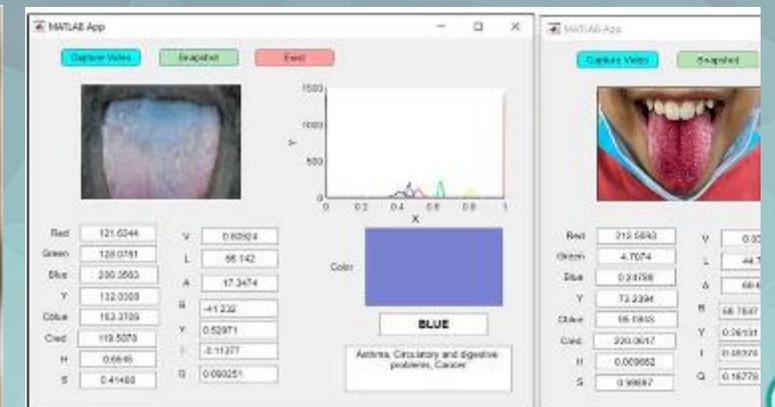
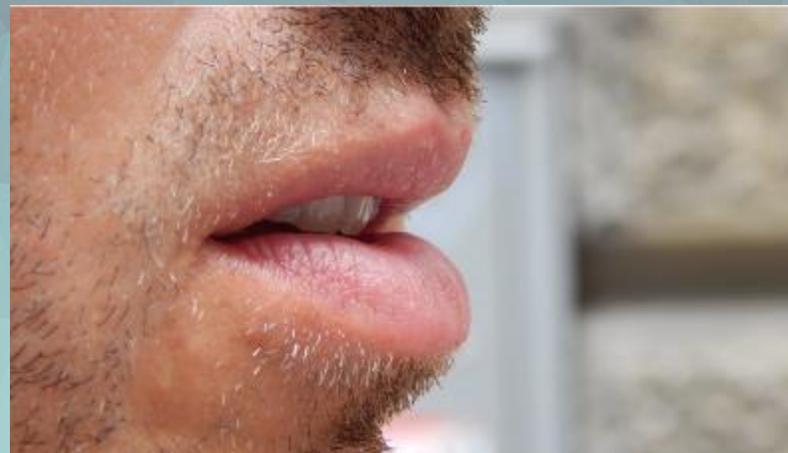
[Chorus] Oh the sound sound of customers ring  
It's the heartbeat of everything we bring

Trailblazers in the field taking the lead  
For a life driven by the customer's creed [Bridge]

Let the harmonies soar up high  
To a future where ideas never die

Innovation and service paved to glow  
The sound of customers always the show

21



(a)

# Technik ist eine Grundhaltung gegenüber der Welt.

(und damit auch gegenüber unseren Kunden)

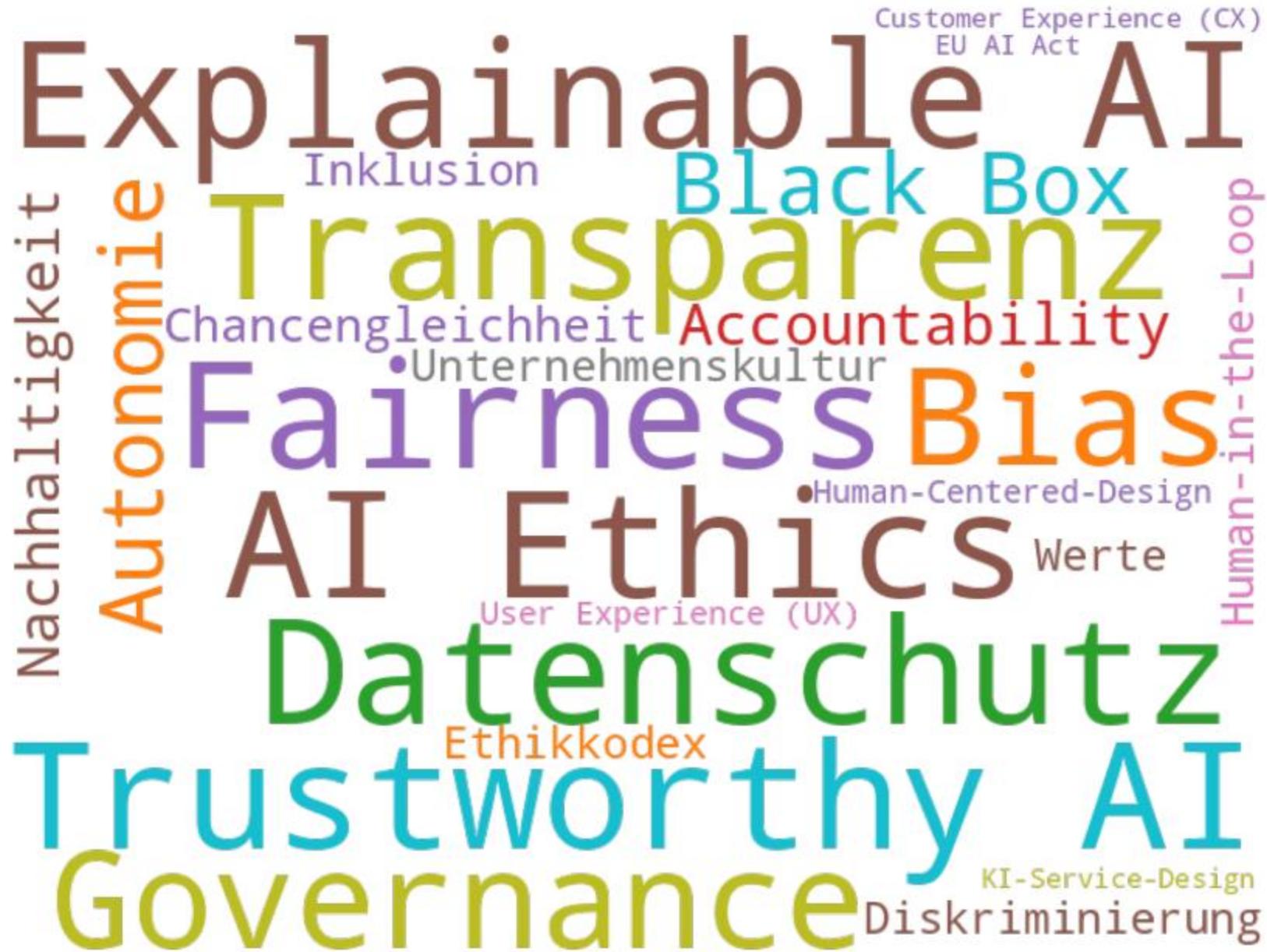
**Ich → Technik → Welt**

**Ich → Axt → Holz**

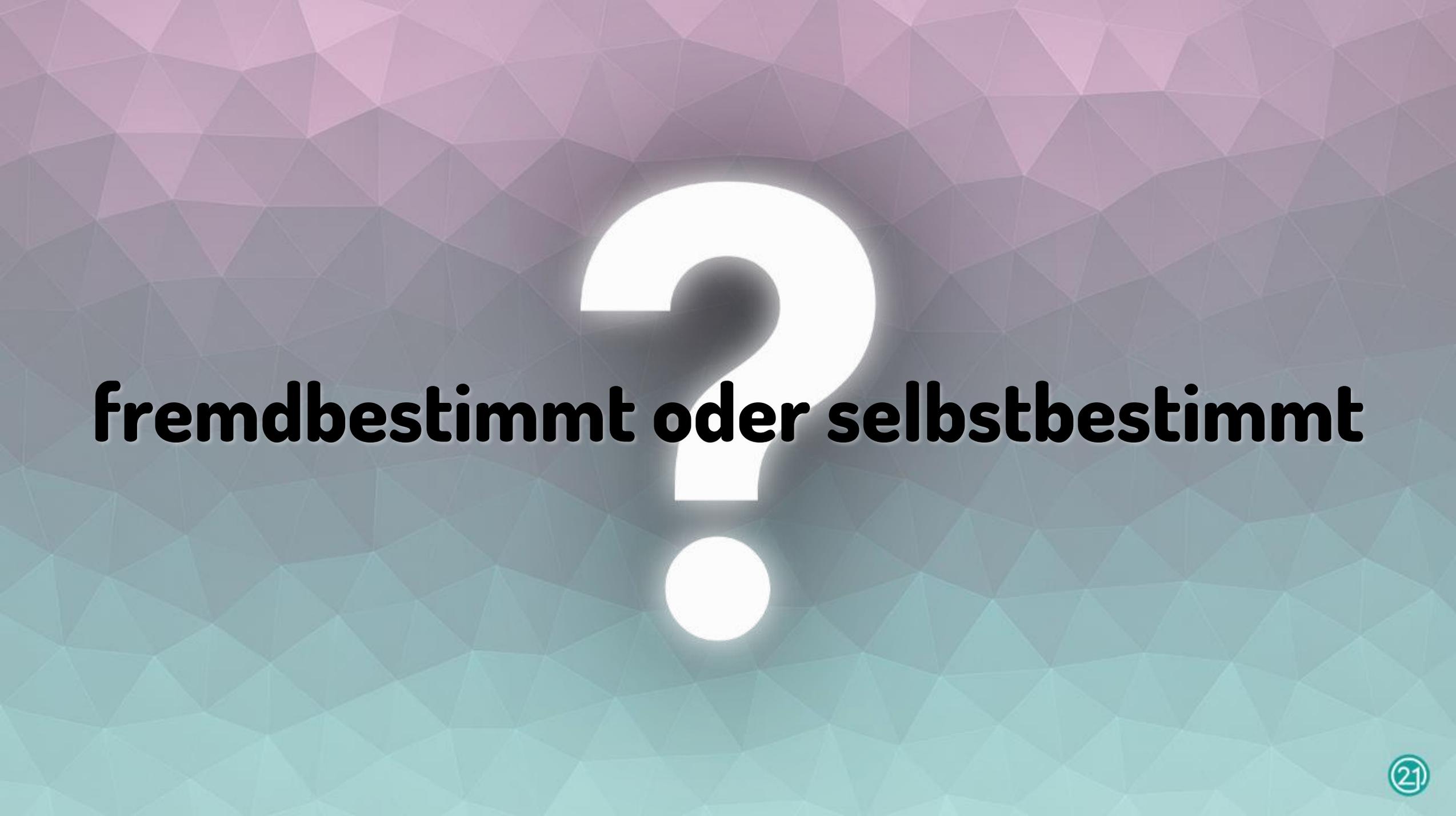
**Ich → Kettensäge → Holz**

A photograph of a forest path. The path is a dirt road that winds through a dense forest of tall, thin trees. Sunlight filters through the canopy, creating a dappled pattern of light and shadow on the path and the forest floor. The trees are mostly evergreens, and the overall atmosphere is peaceful and natural.

**Durch  
welche Welt  
wollen wir gehen?**



UNESCO-Empfehlung zur Ethik  
 Ethikrichtlinien für vertrauenswürdige KI  
 der EU-Kommission  
 Unternehmensinterne Ethikkodizes  
 (z.B. Mastercard, Salesforce, Google)



**fremdbestimmt oder selbstbestimmt**

KUNDE 

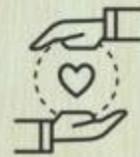
**ORF**

**ORF**



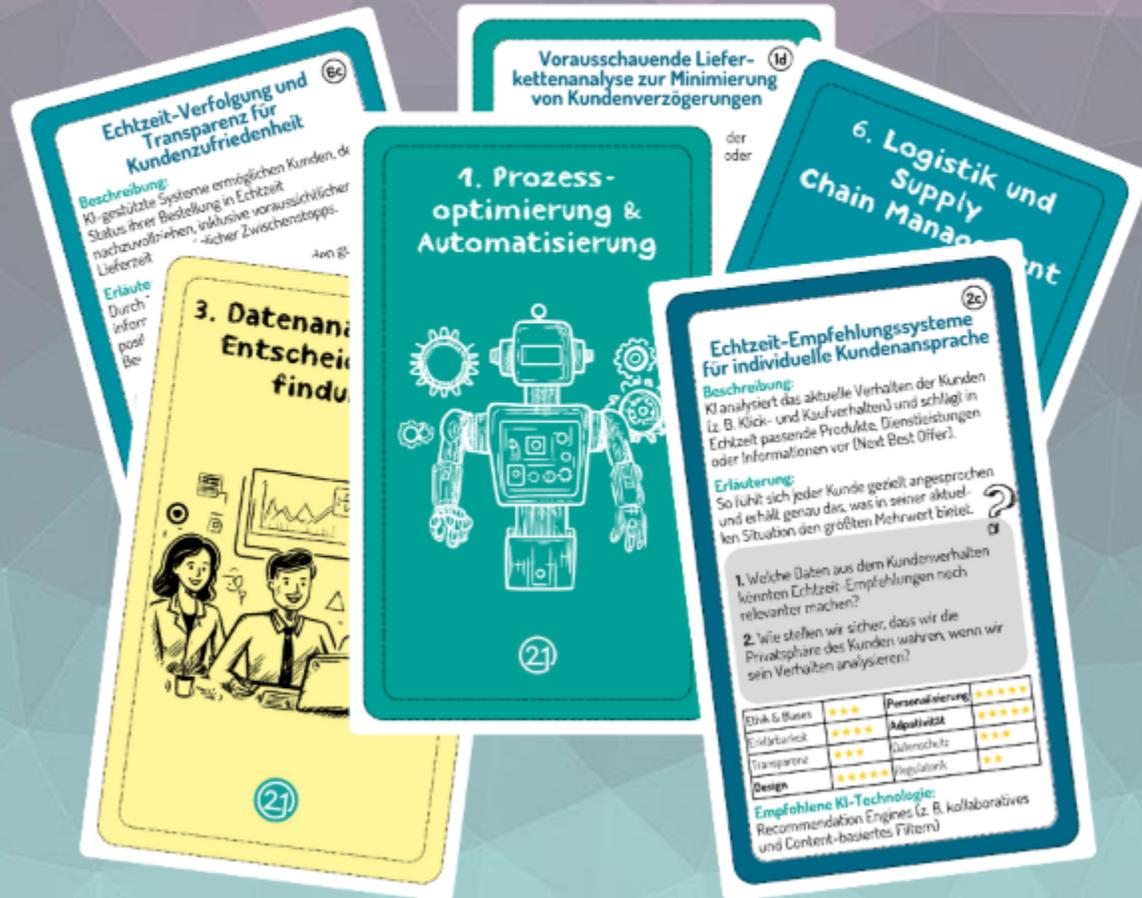
**Kann sich ein Unternehmen  
Ethik im globalen  
Wettbewerb „leisten“?**

**Kann es sich ein Unternehmen  
im globalen Wettbewerb leisten  
auf Ethik zu verzichten?**



80%

# 36 Ideen, um künstliche Intelligenz für Customer Experience und Kundenorientierung zu nutzen



Ethik & Biases	★★★	Personalisierung	★★★★★
Erklärbarkeit	★★★	Adaptivität	★★★★★
Transparenz	★★★★	Datenschutz	★★★★★
Design	★★★	Regulatorik	★★

**KI@Heart:**



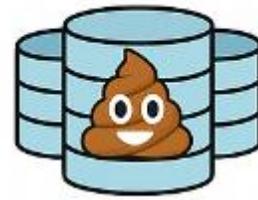
# **KI & ich als Führungskraft**

A photograph of two medical professionals in white lab coats. The person on the left is a man with a stethoscope around his neck, looking down at a clipboard held by the person on the right. The person on the right is a woman, also in a white lab coat, looking towards the man. The background is a bright, slightly blurred window with white curtains. The overall tone is professional and collaborative.

# Zwischen Können und Wissen



# Garbage in -> Garbage out

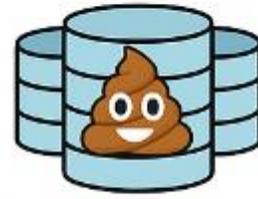


Data

+

Machine Learning

=

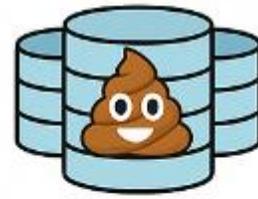


Data

+

Artificial Intelligence

=

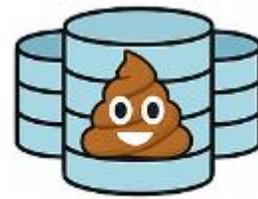


Data

+

Generative AI

=

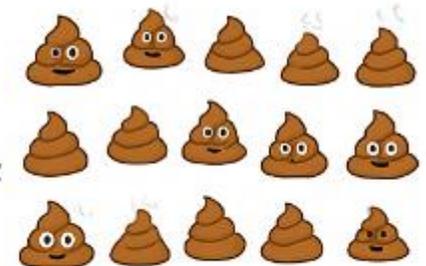


Data

+

Agentic AI

=



# AI Literacy

„Wie kann ich KI sinnvoll, sicher & ethisch korrekt und strategisch einsetzen?“

**AI Literacy befähigt zur Gestaltung der Zukunft mit KI.**

# Data Literacy

„Wie lese, hinterfrage und nutze ich Daten fundiert für Entscheidungen?“

**Data Literacy befähigt zur besseren Entscheidung.**

# Unser erster Goldfisch: Impulsgeber

**Rainer Weinzettl**

human centric digital transformation makes fun and delivers success  
Genesys



**KI@Heart:**



**KI & wir als  
Team**

**Wettbewerbsvorteile entstehen nicht im System –  
sondern durch die Intelligenz am System.**

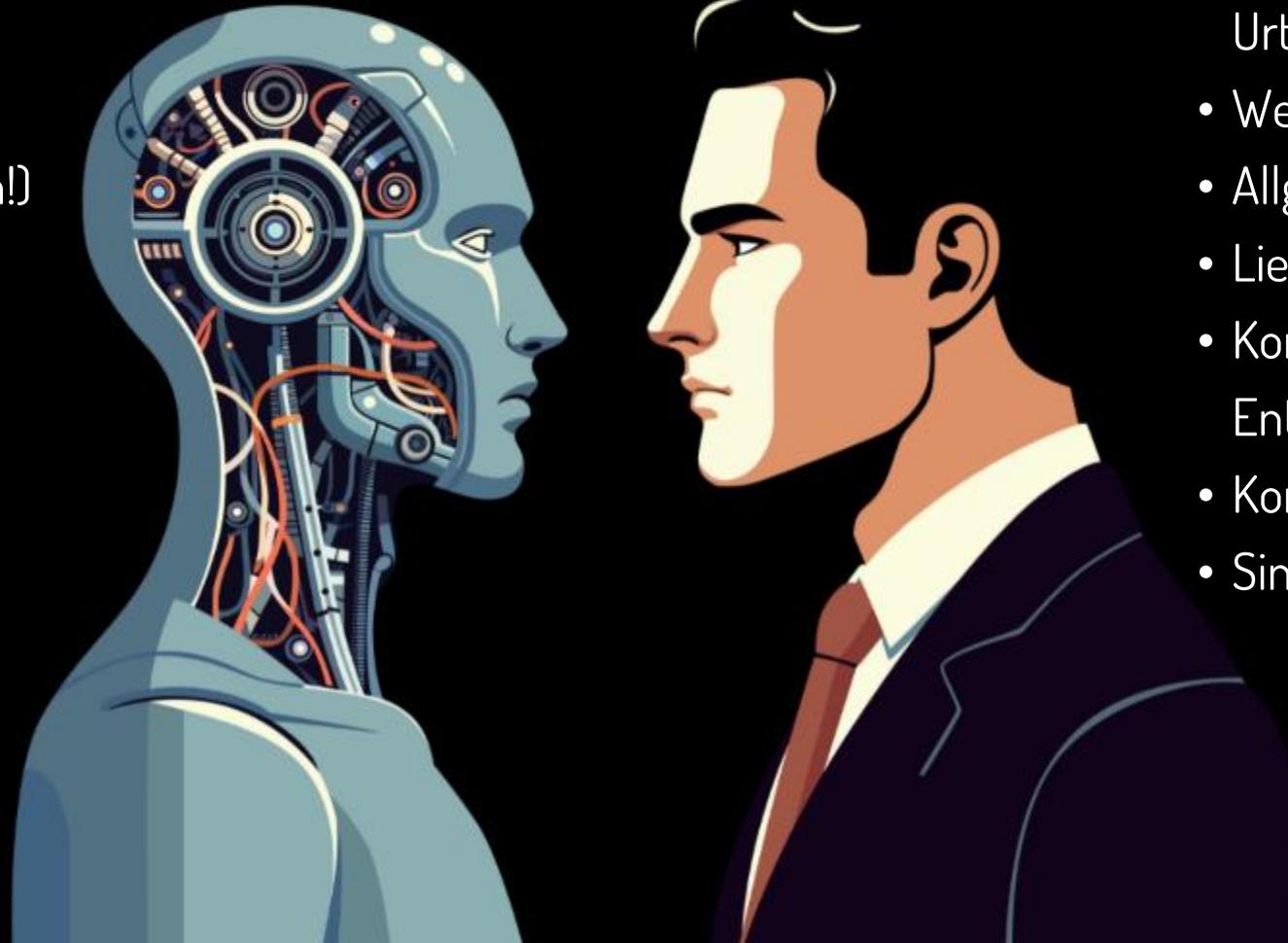




**„Wer KI nutzt und einsetzt, muss verstehen,  
wie sie wirkt – technisch, ethisch und im Einsatz.“**

„Art. 4: Die Anbieter und Betreiber von KI-Systemen ergreifen Maßnahmen, um nach besten Kräften **sicherzustellen**, dass **ihr Personal** und andere Personen, **die** in ihrem Auftrag **mit dem Betrieb und der Nutzung von KI-Systemen befasst sind**, über ein **ausreichendes Maß an KI-Kompetenz verfügen**, wobei ihre **technischen Kenntnisse**, ihre Erfahrung, ihre Ausbildung und Schulung und der Kontext, in dem die KI-Systeme eingesetzt werden sollen, **sowie die Personen** oder Personengruppen, **bei denen die KI-Systeme eingesetzt werden sollen**, zu **berücksichtigen sind.**“

- Verarbeitung endloser Datenmengen
- Verfügbarkeit rundum die Uhr
- Fehlerreduktion (Präzision z.B. Luftfahrt)
- keine Emotionen oder Stimmungsschwankungen
- Qualität gleichbleibend
- Unvoreingenommene Entscheidungen (Daten!)
- Automatisierung von Routineaufgaben
- Risikomanagement (Katastrophenhilfe, Tiefseetauchen, ...)
- Personalisierung
- Prognosefähigkeiten



- Emotionen & Empathie
- Kreativität & Intuition
- Sinn- und Zielorientierung
- Ethik und moralisches Urteilsvermögen
- Wertebewusstsein
- Allgemeine Intelligenz
- Liebes-Fähigkeit
- Komplexe Entscheidungsfindung
- Kontext-Verständnis
- Sinneswahrnehmungen

# Unser zweiter Goldfisch: Impulsgeberin



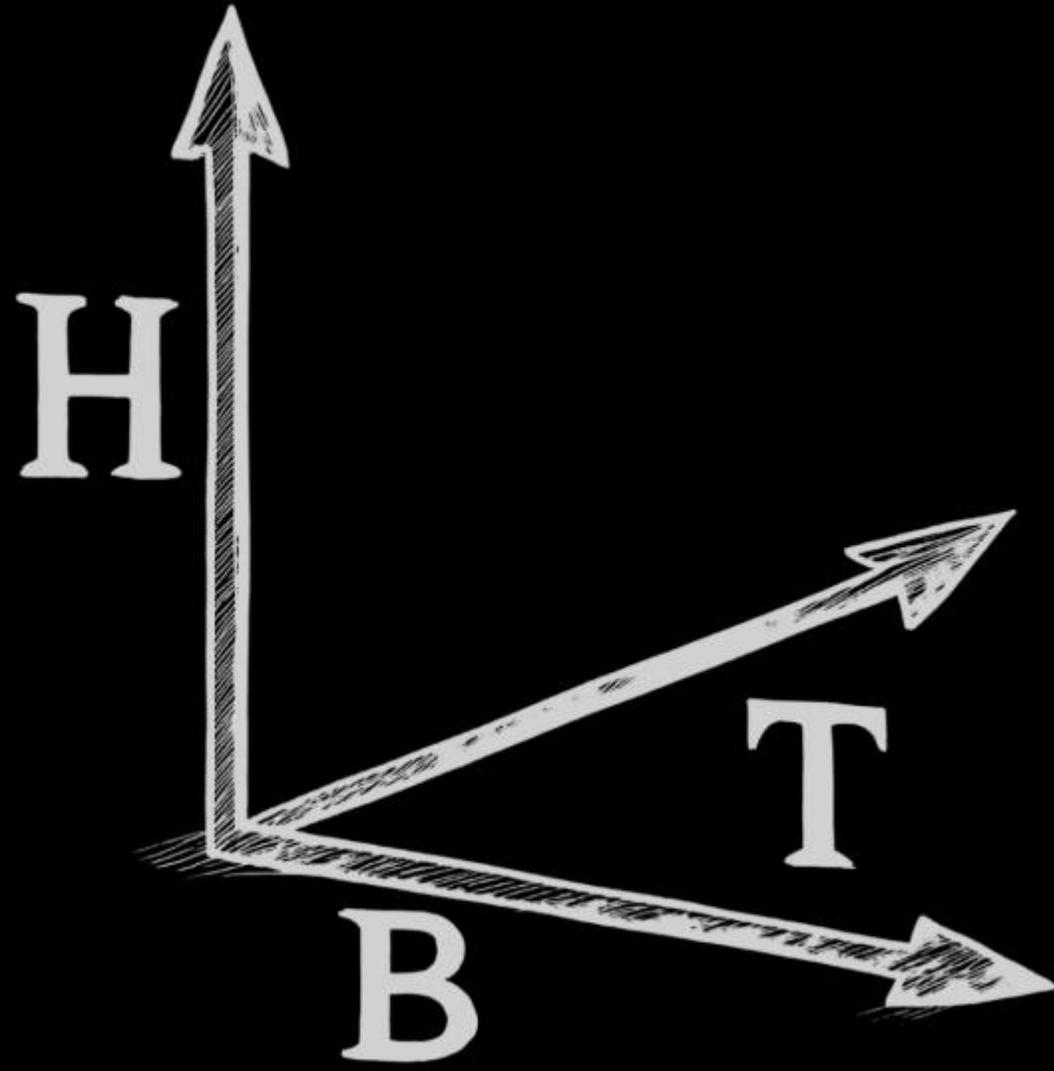
**Laura Elisa Huemer**

Leiterin Biogena Stores & Labs Österreich Ost

**KI@Heart:**



**KI & wir als  
Organisation**



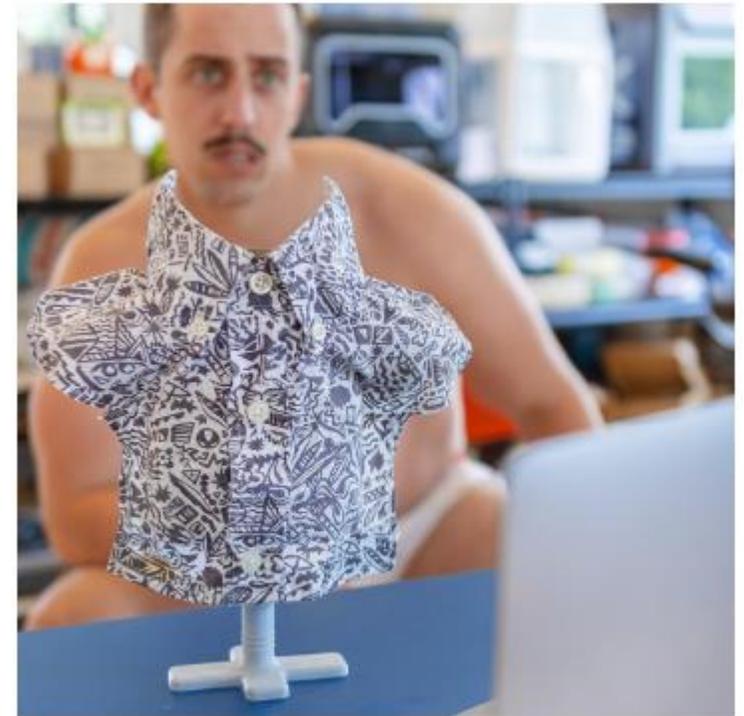
# Welches Problem haben wir?



Sink Splash Stoppers™



The Never Napping Bowl™



The Zoom-oufrage Shirt™

Quelle: <https://unnecessaryinventions.com/>

# Und wie lösen wir es?

## Prozessautomatisierung

Robotic Process Automation, Predictive Maintenance, AI Agents

## Analyse, Prognosen & Entscheidungsfindung

Predictive Analytics zur Strategie- und Marktplanung, Impact Analyse, ...

## Personalisierung & Customer Experience

Recommender Systems, Conversational AI Agents, Dynamic Pricing Systems, ...

## Kreativitäts- und Innovationsprozess

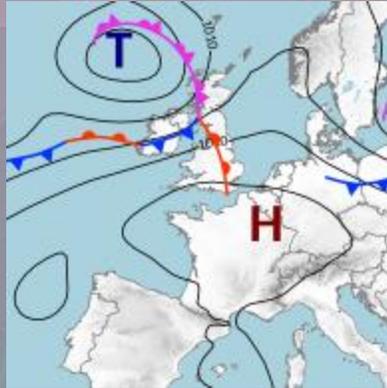
GenAI, Agentic AI



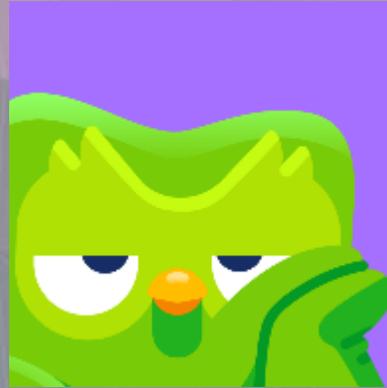
# Mehrwert von KI



Empfehlungen



Vorhersagen



Personalisierung/CX



Sprache verstehen



Muster erkennen



Anomalien



spez. Agents

KI ist (vielleicht) keine gute Wahl bei:

- Vorhersagbarkeit mit klaren Regeln & Transparenz – z.B. Steuern
- Einfache Infos – z.B. Öffnungszeiten, Speisekarten
- Wenn Fehler schwerwiegende Folgen haben – z.B. Diagnose-Tools Hausarzt
- Volle Transparenz ohne Black Box – z.B. Gerichtsurteile
- Wenn Tempo wichtiger ist als Perfektion – z.B. schnelle Produktentwicklung
- Echtes Vertrauen erforderlich – z.B. Aufzüge, Türschlösser

2 Wahrheiten aus der  
**Vergangenheit**

**Digitalisierung = Automatisierung**  
**Technologie = werteneutral**

2 Wahrheiten aus der  
**Gegenwart**

**Digitalisierung = gestaltet Neues**  
**Technologie = bildet Werte ab**

# 36 Ideen & 8 Katego

**1. Prozess-optimierung & Automatisierung**

21

**KI-gestützte Kundenanfragen-Klassifizierung**

Beschreibung: Automatische Zuordnung von Kundenanfragen zu passenden Teams und Kategorien mithilfe von KI.

Erklärung: KI analysiert Texte, erkennt Anliegen automatisch und steuert die Prozessabläufe.

1. Welche Prozesse können wir schneller oder flexibler gestalten, wenn intelligenten Anfrages-Klassifizierung?

2. Wie die Mitarbeiter können sie verstehen, wenn KI Textanfragen überleitet?

Strat. Ziele	☆☆☆	Präzision	☆☆☆
Interaktion	☆☆☆	Effizienz	☆☆☆
Transparenz	☆☆☆	Skalierbarkeit	☆☆☆
Risikofaktor	☆☆☆	Flexibilität	☆☆☆

Empfohlene KI-Technologien: Natural Language Processing (NLP), Machine Learning (ML), Natural Language Understanding (NLU), Sentiment Analysis

**Automatisierte Retourenabwicklung reibungsloses Kundenerlebnis**

Beschreibung: KI-gestützte und teilautomatisierte Prozesse zur schnelleren und transparenteren Abwicklung.

Erklärung: Durch automatisierte Erfassung von Retourenanfragen mit KI können Unternehmen Rücksendungen und -abläufe optimieren, um Kundenerlebnisse zu verbessern.

1. Wie können wir unsere Retourenverfahren, um unseren Kunden ein besseres Erlebnis zu bieten?

2. Welche Daten müssen wir haben, um ein reibungsloses KI-gestütztes Prozessmanagement zu ermöglichen?

Strat. Ziele	☆☆☆	Präzision	☆☆☆
Interaktion	☆☆☆	Effizienz	☆☆☆
Transparenz	☆☆☆	Skalierbarkeit	☆☆☆
Risikofaktor	☆☆☆	Flexibilität	☆☆☆

Empfohlene KI-Technologien: Robotic Process Automation (RPA), Machine Learning (ML), Natural Language Processing (NLP), Sentiment Analysis

**Virtuelle Assistenten für interaktive Online-Beratungen**

Beschreibung: Durch KI-gestützte Chatbots oder Video-Chat-Assistenten können Kunden in Echtzeit persönliche Beratung erhalten – sogar außerhalb üblicher Servicezeiten.

Erklärung: So wird die Conversion für Kunden erhöht und es werden direkt komplexe Kundenanfragen wie Lager-Verfügbarkeit oder Terminabsicherung.

1. Wie können virtuelle Assistenten unsere Beratung und Beratungsergebnisse verbessern?

2. Welche Arten von Problemen oder Fragen sollten wir bei unserer virtuellen Assistenten lösen können?

Strat. Ziele	☆☆☆	Präzision	☆☆☆
Interaktion	☆☆☆	Effizienz	☆☆☆
Transparenz	☆☆☆	Skalierbarkeit	☆☆☆
Risikofaktor	☆☆☆	Flexibilität	☆☆☆

Empfohlene KI-Technologien: Konversationelles KI, Natural Language Processing (NLP), Sentiment Analysis, Chatbots

**3. Datenanalyse und Entscheidungsfindung**

21

**KI-gestützte Kundenzufriedenheitsanalyse**

Beschreibung: KI-Modelle analysieren und bewerten in Echtzeit Kundenfeedback, um zu verstehen, was Kunden glücklich und unglücklich macht.

Erklärung: Die automatisierte Auswertung von Kundenfeedback ermöglicht es Unternehmen, schneller auf Kundenbedürfnisse zu reagieren.

1. Wie können wir unsere Kundenzufriedenheit verbessern?

2. Welche Schritte müssen wir unternehmen, um unsere Kundenzufriedenheit zu verbessern?

Strat. Ziele	☆☆☆	Präzision	☆☆☆
Interaktion	☆☆☆	Effizienz	☆☆☆
Transparenz	☆☆☆	Skalierbarkeit	☆☆☆
Risikofaktor	☆☆☆	Flexibilität	☆☆☆

Empfohlene KI-Technologien: Sentiment Analysis und NLP, Machine Learning (ML), Natural Language Understanding (NLU)

**Dynamische Preisgestaltung nach Kundenbedarf**

Beschreibung: KI berechnet in Echtzeit Preise, die sich an individuellen Kundenbedürfnissen, Nachfrageverhalten und Wettbewerbsverhalten anpassen.

Erklärung: So kann man flexibel auf Kundenverhalten reagieren.

**Prognose von Verkaufserfolgen für fokussierte Kundenakquise**

Beschreibung: KI analysiert historische Verkaufsdaten, Marktbedingungen und Kundenverhalten, um die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde ein Produkt kauft, vorherzusagen.

Erklärung: So können Unternehmen ihre Ressourcen auf die besten Kunden konzentrieren.

**5. Produktentwicklung und Innovation**

Erklärung: So können Unternehmen ihre Ressourcen auf die besten Kunden konzentrieren.

## Ideen, wie du mit dem KI-Kartenset arbeiten kannst: (1.5)

**4. Die Umsetzungs-Werkstatt:** Wählt gezielt eine Karte pro Thema aus. Entwickelt im Team eine erste Idee oder Maßnahme, wie ihr diese Anwendung im Unternehmen konkret einsetzen könnt.

☞ Das Ergebnis kann ein KI-Roadmap-Entwurf sein.

**5. Zukunfts-Talk: „Wie sieht unser Unternehmen in 2 Jahren aus?“** Zieht 3-5 Karten und stellt euch vor:

☞ Diese KI-Anwendungen sind bereits umgesetzt. Wie verändert das unsere Kundenbeziehung? Unsere Kultur? Unser Serviceerlebnis?

**6. Perspektiventausch:** Teilt euch in zwei Gruppen auf: Team Kunde & Team Unternehmen. Zieht eine Karte – beide Gruppen beantworten:

- ☞ Was bringt das uns als Kunden?
- ☞ Was bringt das dem Unternehmen?
- ➔ Dann diskutiert: Wie kann man beides miteinander in Einklang bringen?

## Ideen, wie du mit dem KI-Kartenset arbeiten kannst: (1.6)

**7. Fokus-Check: Welche Karten fordern uns heraus?** Wählt gemeinsam eines der acht Kriterien aus, z.B. „Ethik“ oder „Datenschutz“. Sucht im Kartenset gezielt nach jenen Anwendungen, bei denen dieses Kriterium mit 4 oder 5 bewertet ist.

- ☞ Diskutiert:
- Warum ist dieses Kriterium bei dieser Anwendung so kritisch?
  - Wie gut sind wir als Unternehmen heute in diesem Bereich aufgestellt?
  - Welche Leitplanken oder Kompetenzen bräuchten wir, um verantwortungsvoll damit umzugehen?

Variante: Auch als Risikofilter verwendbar:

Welche Anwendungen bergen den größten ethischen, rechtlichen oder kommunikativen Aufwand? Sucht gezielt z.B. die Karten mit den KI-Anwendungen aus, die ethisch am meisten zu berücksichtigen sind.

# Unser dritter Goldfisch:

## Impulsgeber

**Christian Giehler**

Managing Director  
coeo Inkasso Österreich & Schweiz



**Und wie geht's weiter?**



White Paper



# KI @ HEART

Künstliche Intelligenz für Kundenorientierung  
und Customer Experience nutzen



Vom Ich zum Wir und zur Organisation:  
Drei Landkarten für kundenzentrierte Führung  
und den Einsatz von künstlicher Intelligenz

KUNDE 

A-2500 Baden, Marschelstraße 47 | Tel: +43 (0) 2252 25 48 45  
www.kunde21.com | office@kunde21.com

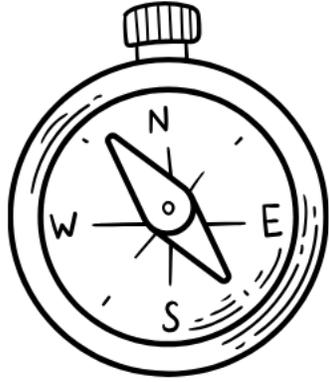
© Kunde 21 GmbH 2025

**Unser neues White Paper zu  
KI und Customer Experience  
erhalten Sie im Nachgang zur  
Veranstaltung!**



# Unser neues Kartenset für Sie heute als Geschenk: 36 Ideen, um künstliche Intelligenz für Customer Experience und Kundenorientierung zu nutzen

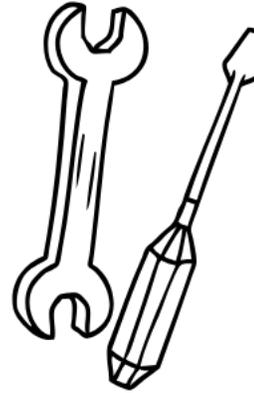




## KI-Werte Kompass

Werteorientierte KI-Anwendungen im Kundenkontakt

- KI-Kunden-Guidelines
- Werte-Matrix: wie möchten wir Kunden mit KI in Zukunft adressieren?
- Wie fit sehen wir uns als Team schon für
- KI-Anwendungen (Readiness-Check)
- Welche KI-Use-Cases passen zu unseren Customer Journeys?
- Kompetenz-Übersicht und Rollen-Check für unser Team



## AI-Literacy Werkstatt

KI-Kompetenz für zukunftsfähige, kundenorientierte Teams

- AI-Literacy-Grundlagen: Welche Auswirkungen hat KI auf uns und unsere Kunden?
- Risiko- und Werte-Check: Worauf müssen wir bei KI-Projekten besonders achten (Datenschutz, Bias, Transparenz)?
- Sicherer Praxis-Einsatz: Wie können wir KI-Tools selbstbestimmt, ethisch und compliant anwenden?
- Learning byDoing: Wie entwickeln wir erste Use Cases und setzen AI-Literacy direkt in der täglichen Arbeit ein?



## KI-Ideenlabor

KI als Arbeitsunterstützung für kreative Service-Design-Prozesse und neue Kundenservices

- KI-Service Design Prozess initiieren
- Potenziale identifizieren: neuen KI-Anwendungen für unsere Kund:innen entwickeln & Mehrwert schaffen
- Bewertung & Verantwortung: Wie priorisieren wir Ideen nach Kriterien wie Kundennutzen, Datenbedarf, Machbarkeit und Ethik?
- Selbstständiges Weiterentwickeln - damit Ihr Team eigenständig neue KI-Service-Konzepte iteriert

# Wann sehen wir uns wieder?

**Webinare: KI in der Kundenorientierung:**

- **Do. 3. Juli**
- **Do. 11. Sept.**

jeweils 9 Uhr



21

# Sound of Customers

Customer Experience für Leaders

Customer Experience zum Anhören:  
Unser Podcast "Sound of Customers"  
alle 2 Wochen neu!

gleich abonnieren:



RTL+



KUNDE 21

Schön,  
dass Sie  
dabei waren



Dr. Barbara Aigner  
Geschäftsführerin  
Barbara.aigner@kunde21.com

Alexandra Nagy MSC MBA  
Geschäftsführerin  
Alexandra.nagy@kunde21.com

KUNDE 21

*Customer Thinking  
for the 21<sup>st</sup> Century*

Marchetstraße 47  
A-2500 Baden

www.kunde21.com  
office@kunde21.com