

Humanoide Roboter – vom Maschinenwesen über Dialogpartner zum Markenbotschafter

Kathrin Reger-Wagner und Sven Kruschel

Zusammenfassung

Humanoiden Robotern (HRO) wird für die Zukunft eine gewichtige Rolle in unterschiedlichen Lebensbereichen zugeschrieben. In Wissenschaft und Praxis herrscht weitgehende Übereinstimmung, dass sich ihre Einsatzpotenziale mit dem technischen Fortschritt weiter ausdehnen werden. In diesem Zusammenhang stellen HRO ein innovatives Instrument für die Markenführung dar. Insgesamt ist zu konstatieren, dass bis dato kein Roboter in Gänze die kognitiven, sensorischen und motorischen Fähigkeiten besitzt, um vollumfänglich auf Umwelteinflüsse abgestimmt zu reagieren. Dennoch ergeben sich bereits heute interessante Anwendungen mit unmittelbarer Relevanz für die Markenbeeinflussung. Diese reichen von der Generierung von Kundenwissen über die Präsentation von Markeninhalten bis zur empathischen Dialogführung.

Humanoid robots are expected to play an important role in different areas of life. There is agreement in science and practice that their potential applications will expand widely with the ongoing technological progress. In this context, humanoid robots represent an innovative tool for brand management. Currently, no robot possesses all cognitive, sensory and motoric skills that are required to fully congruently respond to outside stimuli. Nevertheless, there are already interesting applications with direct relevance for brand perception. These range from the generation of customer knowledge to the presentation of brand content to empathetic dialogues.

Schlüsselwörter: Humanoide Roboter; digitale Markenführung; künstliche Intelligenz

E-Mail: Kathrin.Reger-Wagner@eah-jena.de; sven.kruschel@posteo.de