

PRESSEMITTEILUNG

 Trier, 3. Juli 2025

**Mein Kollege, der Roboter**

Eine BWL-Studie hat untersucht, wie Mitarbeitende auf einen sozialen Roboter am Arbeitsplatz reagieren und wie persönlicher Kontakt die Wahrnehmung des Geräts verändert.

Sechs Wochen war „Pepper“ bei einem regionalen Unternehmen mit mehreren Standorten im Einsatz. In einem der Standorte begrüßte Pepper Mitarbeitende am Morgen, leistete im Pausenraum Gesellschaft und informierte Kundinnen und Kunden über Angebote und Dienstleistungen. Pepper ist allerdings kein Praktikant, sondern der humanoide Roboter der BWL an der Universität Trier.

Ziel des bisher einzigartigen Einsatzes war es, herauszufinden, wie sich die Einstellung zum künstlichen Kollegen (oder in den Augen mancher: Kollegin) bei den menschlichen Angestellten entwickelt. „Viele Unternehmen würden gerne KI und Roboter einsetzen, um effizienter zu werden oder dem Fachkräftemangel entgegenzutreten. Doch wenn die Belegschaft der Technik ablehnend gegenübersteht, wird ihr Potenzial nicht ausgeschöpft,“ erklären die Studienautoren Jonas Ossadnik und Katrin Muehlfeld. „Darum wollten wir herausfinden, wie der tägliche Umgang mit Pepper die Haltung gegenüber Robotik als grundsätzliche Technik und die Wahrnehmung dieses konkreten Roboters selbst beeinflusst.“

**Überschätzte Menschlichkeit**

Das Resultat der anschließenden Befragungen und der Abgleich mit Angestellten an anderen Standorten ohne Kontakt zum Roboter zeigte: Die Interaktion mit der Maschine führte in den drei Kategorien „allgemeine Bewertung“, „Akzeptanz am Arbeitsplatz“ und „Einschätzung der optischen Menschenähnlichkeit“ zu höheren Ergebnissen. Mit Blick auf die optische Menschenähnlichkeit wurde Pepper sogar deutlich überschätzt. Dazu trugen das als „süß“ empfundene Äußere mit großen Augen sowie die verbale Interaktion bei. So sorgte Pepper für gute Laune und reduzierte den wahrgenommenen Stress.

„Die Mitarbeitenden erkannten auch, dass Pepper sie nicht ersetzen, sondern unterstützen sollte“, so Ossadnik. Der direkte Umgang baute zudem allgemeine Unsicherheit gegenüber dem Roboter ab. Negativ wirkte sich auf die Bewertung in den drei Bereichen vor allem aus, wenn der Roboter nicht gut funktionierte.

„Unsere Ergebnisse legen nahe, dass Unternehmen die Einstellung zur Einführung von Robotern und gegebenenfalls Künstlicher Intelligenz bei ihren Angestellten positiv beeinflussen können, indem sie dem Personal Zeit geben und es persönliche Erfahrungen mit der neuen Technologie sammeln lassen,“ beschließt Ossadnik.

Die Studie: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12369-025-01268-9>