



DAX DIGITAL MONITOR

Pressemeldung

DAX DIGITAL MONITOR 2024

Weniger Digitalkompetenz in den Führungsetagen und die Künstliche Intelligenz bringt DAX40- Unternehmen zudem in viele Zwickmühlen

Essen/Duisburg, 29.10.24: Wie steht es um die Digitalkompetenz in den Führungsetagen unserer TOP-Unternehmen? Wie geht man dort mit der Verantwortung rund um die Digitalisierung um und was bedeutet das für den Einsatz der Künstlichen Intelligenz (KI)? Die gute Nachricht ist, dass die DAX40-Unternehmen die Potenziale der KI erkannt haben und diese bereits an verschiedenen Stellen nutzen oder eine verstärkte Implementierung in naher Zukunft planen. Dabei stoßen sie jedoch schnell an die Grenzen des Datenschutzes, die fehlende Datenkompetenz bei Mitarbeitern und die noch fehlende Dateninfrastruktur für den Einsatz der KI-Technologien. Im Spannungsfeld zwischen Innovation und Regulierung konzentrieren sich die führenden deutschen Unternehmen laut dem aktuellen DAX DIGITAL MONITOR 2024, der nun schon zum fünften Mal von Prof. Dr. Dirk Stein (FOM Hochschule) und Prof. Dr. Tobias Kollmann (Universität Duisburg-Essen) – erneut in Kooperation mit der QCI Corporation – veröffentlicht wurde, mal wieder auf das, was sie schon können: Automatisierung der internen Prozesse für mehr Effizienz und Effektivität. Ob dies ausreicht, um im zukünftigen Wettbewerb durch den Einsatz von KI erfolgreich zu bleiben, bleibt abzuwarten.

Der DAX DIGITAL MONITOR (DDM) analysiert auch in seiner neusten Ausgabe 2024 wieder den Stand der Digitalisierung in den Geschäftsberichten der DAX40-Konzerne. Das Themenfeld „Digitalisierung“ hat dabei erneut an Bedeutung gewonnen. Allein der Begriff wurde diesmal insgesamt rund 5.340-mal verwendet, was einer Steigerung von

+22 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. 7 DAX-Unternehmen widmen der Digitalisierung inzwischen sogar einen eigenen Berichtsbereich. *„Und auch das Themenfeld der Künstlichen Intelligenz (KI) hat in den Berichten deutlich zugelegt.“* weiß Prof. Dr. Dirk Stein von der FOM Hochschule zu berichten: *„An insgesamt 1440 Textstellen, wird darauf eingegangen, was einem hohen Zuwachs von Faktor 7 entspricht.“* so der wissenschaftlicher Leiter des DDM.

KI ist in den Geschäftsberichten angekommen

Nur 2 (im Vorjahr waren es noch 11) der DAX-Unternehmen erwähnen das Thema „Künstliche Intelligenz“ in der Berichterstattung weiterhin überhaupt nicht. Im Umkehrschluss ist es somit bei 95 % aller DAX-Unternehmen in den Geschäftsberichten angekommen. Im Hinblick auf die Branchen ist deutlich erkennbar, dass sich die DAX-Segmente „Elektronik, Hardware, Software“, „Finanzen“ und „Chemie, Pharma, Medizintechnik“ offensichtlich am intensivsten mit dem Thema KI auseinandersetzen. Das DAX-Segment „Maschinenbau, Verkehr, Logistik“ und alle weiteren Segmente berichten zumindest in deutlich geringeren Umfang zum Thema KI, was jedoch keinen grundlegenden Rückschluss auf die Planung sowie Nutzung und Bedeutung von KI bei den jeweiligen DAX40-Unternehmen zulässt. Deswegen lohnt sich ein Blick ins Detail.

Zwickmühle 1: KI zwischen Prozessautomatisierung und Produktentwicklung

„Wenn die deutschen Unternehmen etwas können, dann ist es die Steigerung der Effizienz von unternehmensinternen Prozessen mit dem Ziel eine Optimierung, Automatisierung und Kostenreduktion und daher ist es nicht verwunderlich, wenn KI auch hier primär zum Einsatz kommen soll.“ berichtet Prof. Dr. Tobias Kollmann von der Universität Duisburg-Essen als Co-Autor des DDM. SAP sieht exemplarisch vor diesem Hintergrund die „generative KI als Erweiterung der Fähigkeiten zur Problemlösung und Effizienzsteigerung“ an und geht davon aus, dass „KI die Grundlage für die Prozessoptimierung“ bietet. Siemens interpretiert sogar die „generative KI als Effizienzsteigerung im gesamten Produktlebenszyklus.“ Für die BASF eröffnet die „Künstlicher Intelligenz zahlreiche Möglichkeiten für höhere Effizienz und verbesserter Geschäftsabläufe“. Volkswagen sieht ebenfalls ein „hohes Optimierungspotential durch KI in Produktion, Logistik und Qualitätssicherung“ und verfolgt dabei das Ziel, insbesondere autonome Abläufe zu etablieren.

„Viel spannender wäre es jedoch, ob die KI auch im Bereich der Produktentwicklung eingesetzt wird bzw. eingesetzt werden könnte.“ meint Prof. Stein, doch hier *„halten sich die DAX-Unternehmen in ihren Berichten eher bedeckt.“* findet der Forscher von der FOM. Immerhin - die Telekom will das eigene „Produktportfolio um KI-basierte Lösungen“ erweitern. Die Commerzbank sieht „KI-Anwendungen als den nächsten großen Innovationsschritt“. Auch BASF spricht „nur“ vom geplanten Einsatz von „KI-Technologien für die Geschäftsmodellentwicklung, Unternehmenskonzepte und -strategien.“ Im Moment sind das alles eher Lippenbekenntnisse für die Zukunft. Die Münchener Rück hat dagegen schon innovative KI-basierte Versicherungsprodukte im Angebot (z.B. aiSure). Auch Bayer setzt KI schon konkreter ein, wie bei der Entwicklung neuartige Saatgutprodukte und sieht zudem ein hohes Potenzial, um die Produktivität in Forschung und Entwicklung zu erhöhen.

Zwickmühle 2: KI zwischen Innovation und Regulierung

„Je weiter man sich aber mit einer KI dem Kunden und seinen Daten nähert, umso dünner werden die Aussagen bei den DAX-Unternehmen.“ gibt Prof. Kollmann als Experte für KI und Digitalisierung zu Bedenken. Die Deutsche Bank formuliert hierzu im Geschäftsbericht zwar „Erwartungen an KI-Kundenlösungen für ein besseres Ertragswachstum“, wird aber nicht konkreter. Fresenius möchte KI in der Schnittstelle zum Kunden einsetzen, um die Erkennung, Therapie und Heilung von Krankheiten zu unterstützen – ohne aber genau zu sagen, wie das passieren soll. Immerhin möchte Henkel die KI einsetzen, um die Echtzeitanalyse der Haare seiner Kunden für hyperpersonalisierte Produkte zu nutzen. Auch Zalando nutzt die KI bereits, um personalisierte Größenempfehlungen für Kunden anzubieten. Insgesamt kann aber festgehalten werden, dass der KI-Einsatz auf der Markt- und Kundenseite noch deutlich dem Einsatz bei internen Prozessen hinterherläuft.

„Ein Grund ist sicherlich das Spannungsfeld zwischen KI und DSGVO, wo sich Innovation und Regulierung scheinbar unversöhnlich für die Datensammlung und -nutzung gegenüberstehen.“ findet Prof. Kollmann. Entsprechend weist die Allianz in ihrem Geschäftsbericht darauf hin, dass „diskriminierende KI und Black-Box-KI weltweit regulatorische Initiativen ausgelöst haben, insbesondere den AI-Act in der EU.“ Die Deutsche Bank sieht ebenfalls die Notwendigkeit, die schrittweise Ausweitung der vorgesehenen

Regulierungsregeln und KI-Verordnungen zu berücksichtigen. Bayer geht sogar davon aus, dass „regulatorische Änderungen im Bereich der KI zum Tagesgeschäft“ werden. Beiersdorf fordert diesbezüglich eine „verbindliche rechtliche Leitlinie zur Nutzung generativer KI mit Fokus auf Urheberrechtsschutz und Datenschutz.“ Unter dem Strich bleibt das Vakuum einer Unsicherheit, was KI darf und was nicht.

Zwickmühle 3: KI zwischen Angst und Kompetenz bei Mitarbeitern

Die Mercedes Benz Car Group bringt es in ihrem Bericht auf den Punkt: „KI wandelt die Jobprofile der Beschäftigten, da sich die Arbeitsprozesse und -strukturen grundlegend ändern werden.“ Zum einen würden die Konzerne vor diesem Hintergrund gerne Mitarbeiter durch KI-Technologien einsparen, auf der anderen Seite brauchen sie aber Mitarbeiter, die sich genau mit diesen KI-Technologien auskennen. *„Zum anderen haben die Mitarbeiter aber auch Angst davor, dass sie durch die KI-Technologien ersetzt werden könnten und gleichzeitig erkennen sie, dass sie nur die eigene Datenkompetenz davor rettet.“* sagt Prof. Stein. Entsprechend reagieren die Konzerne mit einer zugehörigen Weiterbildungsoffensive. Die Telekom spricht z.B. explizit von einer „Vermittlung von KI-Wissen für Mitarbeiter.“ Die Münchener Rück will „das Schulungsangebot in Bezug auf vertrauenswürdige KI“ ausbauen. Die Allianz bietet den Führungskräften „Schulungen zu generativer KI und ChatGPT“ an. KI und Datenanalyse gehören mittlerweile zu den Top-3 bei den Weiterbildungsangeboten der Konzerne.

Die resultierende Situation ist wie ein Tanz auf dem Drahtseil: Das Bewusstsein, dass KI und Automatisierung den eigenen Arbeitsplatz ersetzen können, erzeugt bei vielen Beschäftigten ein Gefühl der Unsicherheit und manchmal sogar Ohnmacht. Gleichzeitig forcieren die Konzerne den Druck auf diese Mitarbeiter, um auf die zugehörige Weiterbildung zur Schaffung einer Datenkompetenz zurückzugreifen. In dieser Situation wird das Lernen einer neuen Kompetenz nicht unbedingt als Chance, sondern als zusätzliches Dilemma wahrgenommen. Um aber in der neuen Arbeitswelt zu bestehen, ist eine aktive Auseinandersetzung mit einer Digital- sowie Datenkompetenz und KI unvermeidlich. *„Man muss sich mit dem auseinandersetzen, was einen ersetzen kann, um eben nicht ersetzt zu werden und das gilt insbesondere beim Thema der Künstlichen Intelligenz!“* mahnt Prof. Kollmann. Eine Botschaft aus dem DAX DIGITAL MONITOR 2024, die in den Unternehmen ankommen sollte.

Digitalkompetenz nimmt in den Führungsetagen ab

Eine weitere Botschaft aus dem DAX DIGITAL MONITOR 2024 ist, dass sich die Digitalkompetenz in den Führungsetagen auf dem Rückzug befindet. Die Digitalisierungsverantwortung/-kompetenz auf Vorstandsebene der DAX40-Unternehmen verzeichnet erstmals seit 5 Jahren einen Rückgang von 83 % auf 68 %. Das entspricht einer Veränderung von -15 Prozentpunkten. Einen eigenständigen „Chief Digital Officer“ auf der Vorstandsebene leistet sich nur noch ein Unternehmen (Vorjahr: noch 3). Immerhin können noch zwei weitere Fälle mit ähnlichen Bezeichnungen und Funktionen in dieses Feld sortiert werden. Auch hier waren es im letzten Jahr noch mehr. In den anderen Unternehmen (wenn überhaupt vorhanden) ist das wichtige Thema nur noch in Kombination mit einem anderen Ressort zu beobachten. Im Aufsichtsrat sieht es zwar mit einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr auf den ersten Blick besser aus, aber hier ist Vorsicht angesagt, denn die ausgewiesene Digitalkompetenz für AR-Mitglieder erfolgt auf Basis einer reinen Selbsteinschätzung. Dies kann durch die Lebensläufe der AR-Mitglieder in vielen Fällen nicht belegt bzw. verifiziert werden. Das führt offenbar weiterhin zu einem „Digital Washing“.

Zur Studie

Die vollständige Studie „DAX DIGITAL MONITOR 2024“ steht hier zum Download bereit: <https://www.dax-digital-monitor.de>

Partner der Studie

Die QCI Corp. entwickelt Technologien, die das Leben für alle Menschen überall auf der Welt besser machen - für jede Person, jedes Unternehmen und jede Gemeinschaft auf diesem Planeten. Durch unser Portfolio an 3D-Technologie, IKT-Dienstleistungen und -Lösungen sowie Künstlicher Intelligenz schaffen wir Erfahrungen, die begeistern. Unsere intelligenten Lösungen lernen, sagen voraus und handeln, um sinnvolle Aufgaben in der realen Welt zu übernehmen. Mit der KI-Technologie von QCI erfinden wir die Art und Weise, wie wir leben und arbeiten, neu.

Pressekontakt

Prof. Dr. Dirk Stein

isf - Institute for Strategic Finance

FOM Hochschule

Tel.: 0160/96968065

dirk.stein@fom.de