

AI-Einsatz in Unternehmen

Unternehmen erwarten viel, wollen aber nur wenig ändern

Keine andere Technologie stellt die Welt derzeit so auf den Kopf wie Artificial Intelligence (AI). Gerade in der Wirtschaft breitet sich der Einsatz zunehmend aus. Unternehmen erwarten sich durch den Einsatz vor allem Effizienzsteigerungen und Umsatzwachstum, nur wenige sind aber auch bereit, ihre Geschäftsmodelle entsprechend anzupassen. Damit sich der Nutzen von AI langfristig rechnet, braucht es jedoch genau diesen Umbau.



Christa Janhsen und Bernhard Göbl sind Partner im Bereich Technology & Transformation bei Deloitte Österreich.
Bilder: Deloitte/feelimage

Mit dem aktuellen „The State of AI in the Enterprise“-Report gibt Deloitte erstmals einen Einblick in die vielfältigen Anwendungsbereiche von Artificial Intelligence (AI) im Unternehmensumfeld. Die Studie, für die über 3.000 Führungskräfte weltweit befragt wurden – darunter auch 50 aus Österreich – zeigt klar: AI ist in der Wirtschaft längst angekommen. Aber: Beim Übergang von der Pilotphase hin zum täglichen, wertschöpfenden Einsatz ist es noch ein Weg.

„Laut unserer Umfrage hat sich der Zugang zu AI für Mitarbeitende in Unternehmen innerhalb eines Jahres um 50 % erhöht. Das ist ein rasanter Anstieg und im Sinne des Fortschritts grundsätzlich erfreulich“, erklärt Bernhard Göbl, Partner im Bereich Technology & Transformation bei Deloitte Österreich. „Die schlechte Nachricht dabei: 4 von 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen die Technologie im Arbeitsalltag noch gar nicht ein. Viel Innovationspotenzial bleibt hier also noch ungenützt.“

AI SOLL UMSATZWACHSTUM BRINGEN

Während AI in vielen Unternehmen be-

reits jetzt zu weitreichenden Effizienz- und Produktivitätssteigerungen führt, lassen die Vorteile der Technologie in anderen Bereichen hingegen auf sich warten. So gilt etwa das Umsatzwachstum durch den Einsatz von AI derzeit noch als Ziel für die Zukunft.

„74 % der Unternehmen hoffen darauf, ihren Umsatz durch den Einsatz von AI in Zukunft zu steigern, 20 % konnten dies bereits erreichen“, weiß Bernhard Göbl. „Wir dürfen aber nicht vergessen, dass es beim Erfolg von AI nicht nur um Effizienzsteigerung und Umsatzwachstum geht, sondern vor allem auch um strategische Differenzierung und einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.“

TRANSFORMATION DER GESCHÄFTSMODELLE GILT ALS NOTWENDIG

Der erfolgreiche Einsatz von AI stellt Unternehmen zudem vor die Aufgabe, ihre Arbeitsweisen und Prozesse anzupassen. Dabei wählen sie unterschiedliche Zugänge. Während rund ein Drittel (34 %) AI zum Anlass nimmt, um Geschäftsmodelle grundlegend zu verändern, gestaltet ein weiteres Drittel (30 %) zwar wichtige Pro-

zesse im Hinblick auf die Technologie neu, hält aber am bestehenden Geschäftsmodell fest. Weitere 37 % nutzen AI vor allem oberflächlich und nehmen nur geringe oder gar keine Änderungen an bestehenden Abläufen vor. „Der Einsatz von AI kann für Unternehmen auf unterschiedlichen Ebenen hilfreich sein. Wenn Unternehmen AI aber nicht tiefgreifend in ihr Geschäftsmodell integrieren, laufen sie Gefahr, von Wettbewerbern überholt zu werden. Traditionelle, lineare Skalierungsmodelle müssen überwunden werden. Agilität ist der Schlüssel zum Erfolg“, weiß Bernhard Göbl.

CYBER-SECURITY-BEDENKEN BREMSEN AI-INTEGRATION

Neben der strategischen Einbindung von AI in das Geschäftsmodell ist vor allem die Anpassung der Unternehmensstruktur an die neue Technologie – die sogenannte Governance – der entscheidende Erfolgsfaktor. Besonders wichtig ist dabei der Sicherheitsaspekt. Datenschutz und -sicherheit bereiten einem Großteil der Unternehmen (73 %) Kopfzerbrechen. Und auch hinsichtlich geistigen Eigentums und Regulatorik (50 %) gibt es noch viele offene Fragen.

„Die Governance ist das Fundament von Innovation und Voraussetzung für eine erfolgreiche Skalierung von AI. Unternehmen sollten diesbezüglich eine strategische Herangehensweise wählen und diese bereits jetzt implementieren, um für die Zukunft vorbereitet zu sein“, so Christa Janhsen, Partnerin bei Deloitte Österreich. „Es geht vor allem darum, AI sicher und im regulatorischen Rahmen anzuwenden und damit das Vertrauen der Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden sowie sonstigen Stakeholder in den sicheren Umgang mit AI zu stärken.“

www.deloitte.com