

State of Business Transformation 2024

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. hat am Mittwoch, dem 20. März 2024, erstmals die BVDW Convention in Berlin ausgerichtet. Bei der Veranstaltung mit zahlreichen Mitgliedern, Freund*innen und Partnern der digitalen Wirtschaft lag der Fokus auf der Verknüpfung der Themenbereiche Daten, Kreativität und Verantwortung in einer sich kontinuierlich transformierenden Welt. Das Programm der Tageskonferenz bot eine ausgewogene Kombination aus Fachvorträgen, Diskussionsrunden sowie interaktiven Elementen und war in drei Hauptkategorien gegliedert: „Business Transformation“, „Daten – Das Rückgrat der Digitalwirtschaft“ und „Technologien und Innovationen“.

Die Themen wurden nicht nur diskutiert, sondern es wurden aktiv Lösungsansätze entwickelt. Außerdem hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit in einem interaktiven Format zentrale Erkenntnisse aus jedem Vortrag zu sammeln.

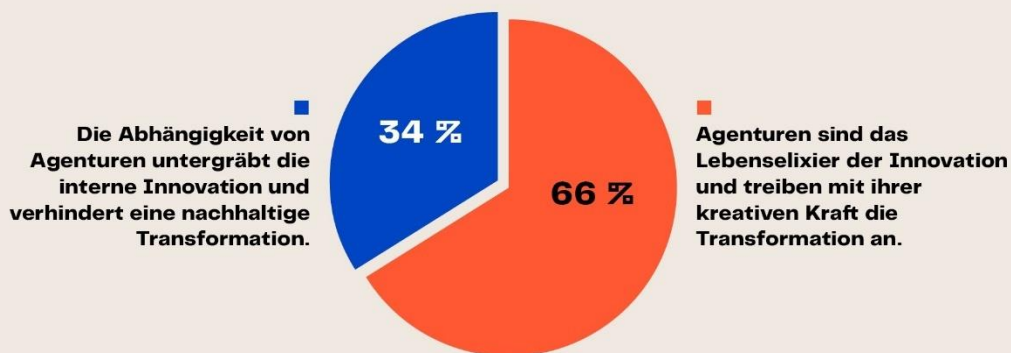
Im nachfolgenden Paper werden die Ergebnisse aus der interaktiven Befragung für die fünf Schwerpunktbereiche Agenturen, Generative KI, Gesellschaftliche Verantwortung, Datenökosysteme und Immersive Experiences mittels der Anwendung von Künstlicher Intelligenz gebündelt und verclustert.

Innovation und Transformation für Daten, Kreativität und Verantwortung

In einer Zeit, die von Wandel und Innovation geprägt ist, wird die digitale Transformation als komplex wahrgenommen. Dabei wird die Unterstützung durch Expert*innen in verschiedenen Bereichen benötigt, um Fragen und Herausforderungen der Unternehmen zu bewältigen. Bereits jetzt hat der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) schon die Art und Weise grundlegend verändert, wie Geschäfte betrieben werden. Trotz anfänglicher Hype-Phasen kommt KI aktuell täglich in konkreten Anwendungen im Geschäftsumfeld zum Einsatz. Die Wahrnehmung der Teilnehmer*innen ist gespalten. Einerseits hinkt Deutschland auf dem Gebiet der digitalen Innovationen weiter hinterher. Andererseits sehen sie den notwendigen Freiraum für Innovation und Transformation durch fortschrittlichere Richtlinien.

Agenturen als Innovationsmotor: Kreativität und Kommunikation befeuern den Wandel

Agenturen als Innovationsmotor:
Kreativität und Kommunikation befeuern den Wandel

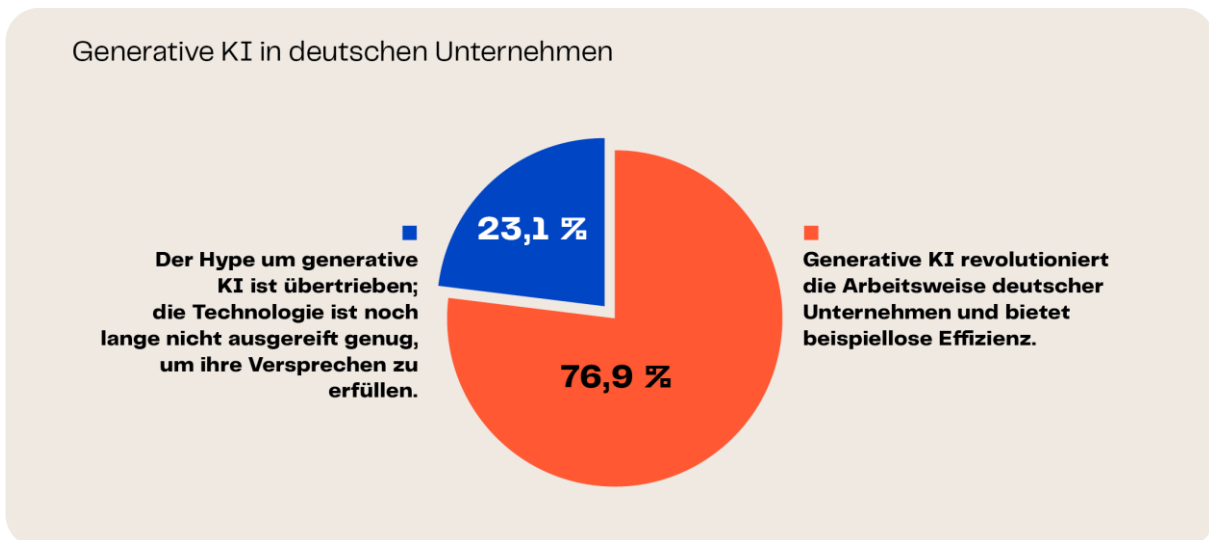


Knapp zwei Drittel der Teilnehmenden sehen in den Agenturen das Lebenselixier der Innovation. Sie treiben mit ihrer kreativen Kraft die Transformation an. Nur ein Drittel der Teilnehmenden findet, dass die Abhängigkeit der Agenturen die interne Innovation untergräbt und sie eine nachhaltige Transformation verhindert.

Innovation ist entscheidend für den Erfolg von Unternehmen in einer sich ständig wandelnden Welt. Ein zentraler Punkt auf der BVDW-Convention ist die Bedeutung von „Return on Innovation“ als KPI. Dieser Ansatz wird als entscheidend angesehen, um Innovation voranzutreiben, wobei Agenturen als wichtige Impulsgeber dienen. Des Weiteren spielen Agenturen eine essenzielle Rolle als Innovationsmotoren. Sie bieten nicht nur Dienstleistungen, sondern schaffen auch ein Umfeld, das die Kreativität fördert. Agenturen unterstützen somit Unternehmen dabei, Mehrwert für ihre Kunden zu schaffen. Dies unterstreicht die Bedeutung einer inspirierenden Arbeitskultur und Zusammenarbeit. Ein weiteres zentrales Learning betrifft die Implementierung von KI. Eine klare Positionierung des kreativen Mehrwerts für Kunden ist dabei unerlässlich. Die erfolgreiche KI-Integration erfordert daher eine enge Zusammenarbeit zwischen Agenturen und Unternehmen, um Innovation als wertschaffenden Prozess zu fördern.

Diese Learnings verdeutlichen die entscheidende Rolle, die Agenturen bei der Förderung von Innovation und Kreativität in der Unternehmenslandschaft spielen.

Generative KI in deutschen Unternehmen



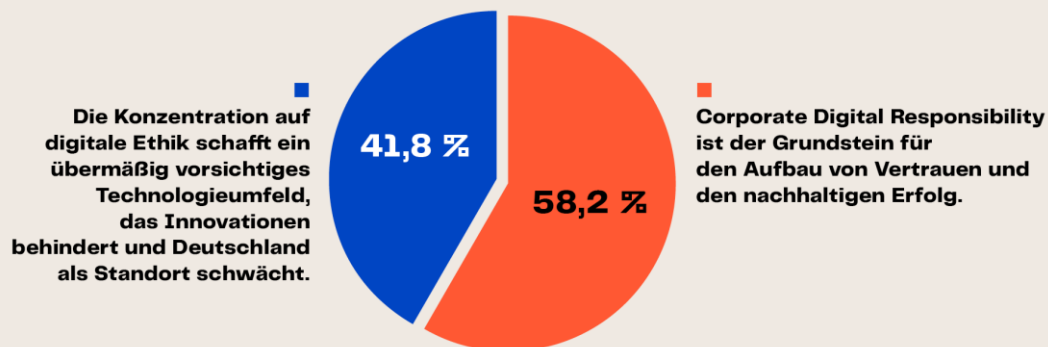
Über drei Viertel der Teilnehmenden ist überzeugt, dass Generative KI die Arbeitsweise deutscher Unternehmen revolutioniert. Dagegen hält nur knapp jeder Vierte Generative KI für einen Hype, der seine Versprechen noch nicht erfüllen kann.

Die Diskussionen machen deutlich, dass – entgegen vieler anderer Trends – generative KI die gesamte Gesellschaft und nicht nur die Wirtschaft erfasst. Die digitale Transformation grundsätzlich und KI als Teil dieser ebnet den Weg für eine autonome Transformation, mit der sich Agenturen so wie Unternehmen auseinandersetzen müssen. Insbesondere KI ist dabei ein unverzichtbarer Treiber, erfordert aber auch massive Investitionen in Infrastruktur und Schulungen.

KI wird auch von den Teilnehmenden als zweischneidiges Schwert gesehen: KI bietet Effizienz- und Qualitätsvorteile für Kunden, die aber auch zunehmend eingefordert werden. Entsprechend stehen sich Arbeitserleichterung und Effizienzdruck gegenüber.

Gesellschaftliche Verantwortung im Digitalzeitalter und ethische Technologieinnovation

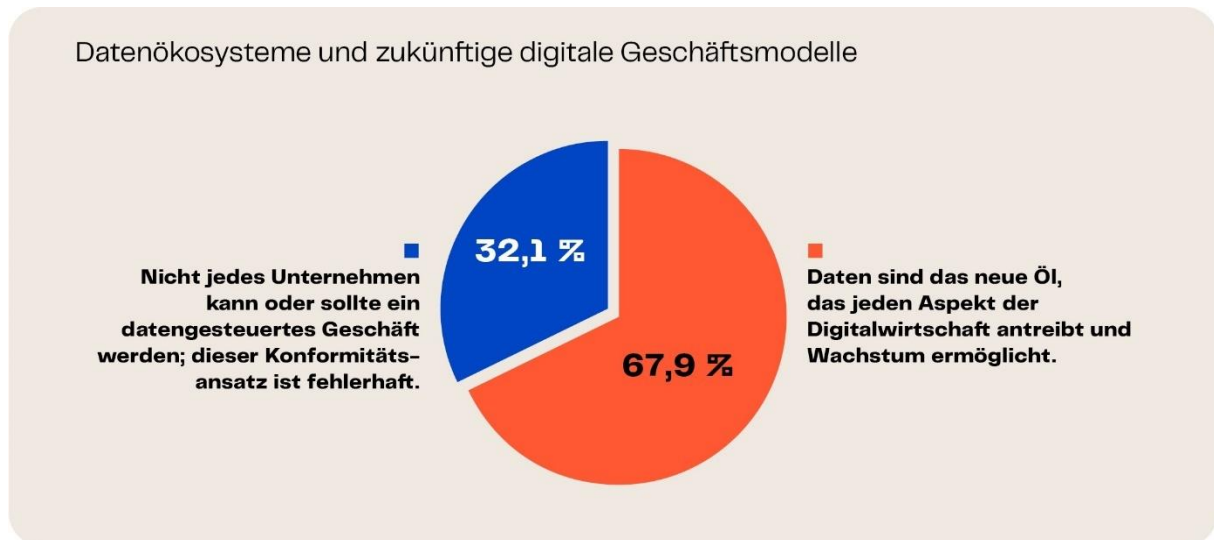
Gesellschaftliche Verantwortung im Digitalzeitalter und ethische Technologieinnovation



Bei der digitalen Verantwortung ist kein klares Meinungsbild zu identifizieren. Die Befragung brachte zwei ähnlich große Gruppen hervor. Knapp 60 % der Teilnehmenden sehen digitale Verantwortung bzw. Corporate Digital Responsibility (CDR) als Grundstein für den Aufbau von Vertrauen und langfristigen Erfolg. Transparenz und Ehrlichkeit sind unerlässlich, um Missstände aufzudecken sowie das Vertrauen von Verbraucher*innen zu gewinnen und zu halten. Dies wurde unter den Panelist*innen als auch den Teilnehmenden betont.

Dabei sollte auf eine ausgewogene Kombination aus Selbstverpflichtung und staatlicher Regulierung geachtet werden, um ethische Standards in der Technologie sicherzustellen und damit das Wohl der Menschen zu gewährleisten. Die Etablierung solcher ethischen Standards für technologische Entwicklungen und die digitale Transformation insgesamt erfordert die aktive Beteiligung der Gesellschaft.

Datenökosysteme und zukünftige digitale Geschäftsmodelle



Mehr als zwei Drittel der Teilnehmenden geben an, dass Daten jeden Aspekt der Digitalwirtschaft antreiben und Wachstum ermöglichen. Dagegen stehen 32,1 %, die glauben, dass nicht jedes Unternehmen ein datengesteuertes Geschäft werden kann oder sollte.

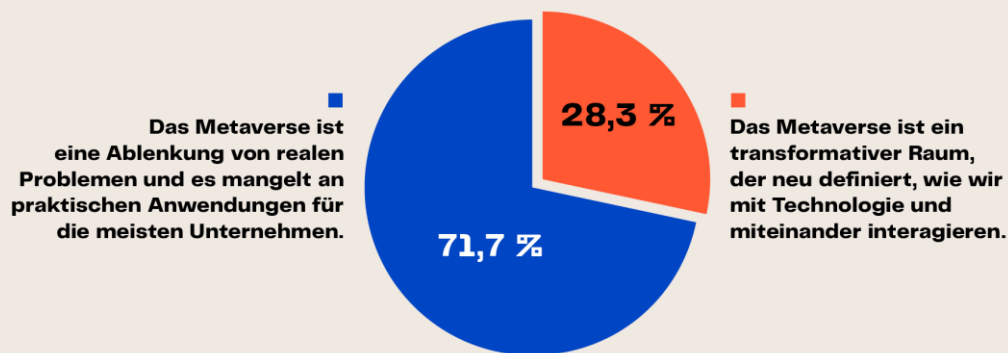
Die Diskussion über Datenökosysteme und digitale Geschäftsmodelle hat wichtige Erkenntnisse hervorgebracht. Ein wesentlicher Punkt ist die Notwendigkeit, Zugänglichkeit von Daten zu schaffen, um Synergien zu nutzen und zu fördern. Dabei wurde betont, dass Datenpflege entscheidend ist. Daten bilden die Grundlage, benötigen aber regelmäßige Pflege, um ihre Qualität und Relevanz zu gewährleisten.

Ein weiterer Fokus lag auf der Vernetzung von Daten. Diese wird als erfolgskritisch gesehen und ermöglicht einen digitalen Mehrwert für Kunden, indem sie die Nutzung und Integration verschiedener Datensätze erleichtert. Dabei ist Vertrauen elementar. Neben der Daten selbst, bildet es das Rückgrat digitaler Dienste und Services.

Die Komplexität digitaler Technologien und Dienstleistungen sollte jedoch nicht unterschätzt werden. Oftmals ist sie weitreichender, als es auf den ersten Blick scheinen mag. Diese Erkenntnisse betonen die Notwendigkeit einer sorgfältigen Datenpflege, einer vertrauensvollen Beziehung zu den Nutzer*innen und einem umfassenden Verständnis der digitalen Landschaft für zukünftige Geschäftsmodelle.

Das Metaverse: Veränderung unserer Welt heute und morgen

Das Metaverse:
Veränderung unserer Welt heute und morgen



Während 72 % den Mangel an praktischen Anwendungen für viele Unternehmen im Metaverse kritisieren, ist jeder Vierte überzeugt, dass es ein revolutionärer Raum ist, der unsere Interaktion mit Technologie und miteinander neu definiert.

Bei den Teilnehmenden besteht Einigkeit darüber, dass Innovationen und Entwicklungen im Technologiebereich weiterhin dynamisch und lebendig sind, besonders durch neue Hardware, die Zugang zu immersiven Welten ermöglicht. Denn um digitale Visionen Wirklichkeit werden zu lassen, ist eine reibungslose Infrastruktur essenziell. Unternehmen sollten daher Test- und Lernprozesse initiieren, um Potenziale zu erkennen und sich entsprechend anzupassen.

Insbesondere Web3 wird von den Teilnehmenden als ein erfolgsversprechender Bereich gesehen, der zukunftsorientierte datenbasierte Lösungen bietet und die Datennutzung neu konzipiert.

Der Großteil der Teilnehmenden gibt zudem an, dass das Metaverse aktuell noch eine Vision ist und langfristig an Bedeutung gewinnen kann, da es eine neue Dimension der digitalen Interaktion eröffnet.



State of Business Transformation 2024

Ergebnisse der Publikumsbefragung der BVDW Convention vom 20. März 2024

25. März 2024

Ihr BVDW-Kontakt für Fragen & weitere Informationen:

Katharina Jäger, Head of Innovation & Technology

jaeger@bvdw.org

Inge Hafner, Bereichsleiterin Digital Business & Ecosystem

hafner@bvdw.org

Beatriz Bilfinger, Programm Managerin Sustainability & Digital Responsibility

bilfinger@bvdw.org

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Schumannstraße 2 · 10117 Berlin

Tel. +49 30 2062186-0 · info@bvdw.org · www-bvdw.org