

Mannheim, 8. August 2024

PROJEKTBERICHT

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikationszusammenhängen auf Unternehmensebene

für

Justus-Liebig Universität Gießen

Hessisches Ministerium für Digitalisierung und
Innovation



ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung GmbH Mannheim
Kontakt: Dr. Daniel Erdsiek
Forschungsbereich: Digitale Ökonomie
L 7, 1 · 68161 Mannheim
Tel.: +49 (0) 621/12 35 178 · Fax +49 (0) 621/12 35 333
E-Mail: daniel.erdziek@zew.de · www.zew.de

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene



PROJEKTTEAM

Prof. Dr. Irene Bertschek
Dr. Daniel Erdsiek



INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung und Methodik der Befragung.....	9
2	Ergebnisse der Unternehmensbefragung.....	12
2.1.	Nutzung von Kommunikationsdaten	12
2.2.	Verfahren automatisierter Textanalyse.....	22
2.3.	Digitalisierungsgrad und Nutzung Künstlicher Intelligenz	25

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1:	Branchenabgrenzung Informationswirtschaft und Verarbeitendes Gewerbe nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige (Ausgabe 2008).....	10
Tabelle 2:	Berufliche Stellung der Befragungsteilnehmer/innen	11
Tabelle 3:	Anzahl der Umfrageteilnehmer je Industrie und Größenklasse	11

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Erfassung und Analyse verschiedener Arten von Kommunikationsdaten	12
Abbildung 2:	Arten von Kommunikationsdaten, die systematisch erfasst und analysiert werden, Vergleich Hessen und Deutschland	13
Abbildung 3:	Arten von Kommunikationsdaten, die aktuell für die angegebenen Zwecke zum Einsatz kommen.....	14
Abbildung 4:	Arten von Kommunikationsdaten, die aktuell für mindestens einen der abgefragten Zwecke zum Einsatz kommen	15
Abbildung 5:	Arten von Kommunikationsdaten, die aktuell für mindestens einen der abgefragten Zwecke zum Einsatz kommen, nach Größe und Industrie	16
Abbildung 6:	Verfolgte Zwecke, für die mindestens eine der genannten Arten von Kommunikationsdaten aktuell zum Einsatz kommt	16
Abbildung 7:	Verfolgte Zwecke, für die mindestens eine der genannten Arten von Kommunikationsdaten aktuell zum Einsatz kommt, nach Größe und Industrie	17
Abbildung 8:	Pläne in den kommenden drei Jahren Kommunikationsdaten für die folgenden	

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

Zwecke einzusetzen.....	17
Abbildung 9: Faktoren, die die Nutzung von Kommunikationsdaten erschwert oder verhindert	18
Abbildung 10: Faktoren, die die Nutzung von Kommunikationsdaten erschwert oder verhindert, nach Größe und Industrie.....	19
Abbildung 11: Aspekte, die für die (intensivere) Nutzung von Kommunikationsdaten im eigenen Unternehmen sprechen.....	20
Abbildung 12: Faktoren, die das eigene Unternehmen unterstützen würde, die Nutzung von Kommunikationsdaten zu starten oder zu intensivieren	21
Abbildung 13: Vertrautheit des Unternehmens mit Verfahren der automatisierten Textanalyse (Natural Language Processing)	22
Abbildung 14: Aktueller Einsatz von Verfahren der automatisierten Textanalyse	22
Abbildung 15: Pläne, in den kommenden drei Jahren Verfahren der automatisierten Textanalyse (Natural Language Processing) einzusetzen	23
Abbildung 16: Aktueller und geplanter Einsatz von automatisierten Textanalysen zur Identifikation von Stimmungen oder Themen	24
Abbildung 17: Selbsteinschätzung des Digitalisierungsgrades des Unternehmens	25
Abbildung 18: Selbsteinschätzung des Digitalisierungsgrades des Unternehmens, Deutschland	25
Abbildung 19: Einsatz von KI nach Bereichen.....	26
Abbildung 20: KI-Einsatz in mindestens einem der abgefragten Bereiche	27
Abbildung 21: KI-Einsatz in mindestens einem der abgefragten Bereiche, Deutschland	28

1 Einleitung und Methodik der Befragung

Unter Kommunikationsdaten versteht man Informationen, die im Zusammenhang mit der Kommunikation zwischen Personen beziehungsweise zwischen Personen und Geräten anfallen. Diese umfassen neben dem Inhalt der Kommunikation auch weitere Metadaten wie Informationen über Absender, Empfänger, Zeitstempel, Betreffzeilen, etc. Solche Kommunikationsdaten können aus unterschiedlichen Quellen (z.B. Emails, Textnachrichten, Chatprotokollen, soziale Medien, Kundenanfragen, Kundenbefragungen) stammen. Diese Art von Daten stellt eine potenziell wertvolle Informationsquelle dar, deren Auswertung hessischen Unternehmen helfen kann, (wirtschaftlichen) Mehrwert zu generieren.

Um den Status quo zur Nutzung von Kommunikationsdaten in hessischen Unternehmen zu erfassen, wurde eine Befragung durchgeführt. Im Detail wurden die Unternehmen dazu befragt, welche Kommunikationsdaten systematisiert vorliegen und bereits wertschöpfend genutzt werden, welche Kommunikationsdaten zwar grundsätzlich vorliegen, aber bislang aus unterschiedlichen Gründen nicht systematisch genutzt werden und welche Gründe gegen die Nutzung sprechen bzw. die Nutzung hemmen.

Für die vorliegende Studie wurden Unternehmen mit Sitz in Hessen befragt, die in der Informationswirtschaft oder dem Verarbeitenden Gewerbe aktiv sind. Die jeweiligen Subbranchen dieser Wirtschaftszweige sind in Tabelle 1 dargestellt. Als Basis für die Ziehung der Stichprobe wurden Daten des Mannheimer Unternehmenspanels (MUP) herangezogen. Bei der Erstellung der Stichprobe wurden die Ziehungsmerkmale Industrie (13 Kategorien) und Größenklasse (3 Kategorien) berücksichtigt. Insgesamt wurden 5.190 Unternehmen mit Sitz in Hessen per Brief kontaktiert und zur Teilnahme an der Online-Befragung eingeladen. Die Umfrage wurde im Zeitraum vom 21.6.2024 bis 24.7.2024 durchgeführt. Insgesamt beteiligten sich 274 Unternehmen an der Befragung, was einer Rücklaufquote von 5,3 Prozent entspricht. An der Umfrage beteiligten sich in erster Linie Personen aus der Geschäftsführung bzw. dem Vorstand (76 Prozent) sowie Betriebs-, Bereichs- oder Abteilungsleiter/innen (12 Prozent) (s. Tabelle 2).

Die Anzahl der Umfrageteilnehmer/innen je nach Industrie und Größenklasse ist in Tabelle 3 dargestellt. Die für die Gewährung von Repräsentativität oftmals herangezogene Grenze von 30 Beobachtungen pro Ziehungszelle konnte aufgrund der teilweise geringen Anzahl an hessischen Unternehmen in der Grundgesamtheit nicht erreicht werden. Insbesondere die Zahl an teilnehmenden Unternehmen mit mindestens 100 Beschäftigten fällt sehr gering aus (23 Antworten), obwohl alle im MUP zur Verfügung stehenden hessischen Unternehmen dieser Größenklasse kontaktiert wurden (477 Unternehmen). Darüber hinaus konnten keine Teilnehmer aus der Branche Fahrzeugbau gewonnen werden, obwohl auch hier alle zur Verfügung stehenden Unternehmen kontaktiert wurden (43 Unternehmen).

Diese Einschränkung hinsichtlich der Abdeckung der abgefragten Industrien und Größenklassen muss deshalb bei der Interpretation der Ergebnisse der vorliegenden Studie berücksichtigt werden.

Die Antworten der Umfrageteilnehmer wurden auf die Anzahl aller Unternehmen derjenigen Branchen hochgerechnet, in denen mindestens ein Unternehmen an der Befragung teilnahm.

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

Für die Berechnung der entsprechenden Gewichte nach Industrie und Größenklassen wurde die Grundgesamtheit der Unternehmen in Hessen auf Basis des MUP approximiert.

Eine Auswahl der Fragen, die an hessische Unternehmen gestellt wurden, ist zusätzlich in die quartalsweise und bundesweit durchgeführte „Konjunkturumfrage Informationswirtschaft“ des ZEW eingeflossen. Auf diese Weise lassen sich die Angaben der befragten Unternehmen in Hessen mit denen in Gesamtdeutschland vergleichen. Dieser Vergleich ist bezüglich der Fragen zur Erfassung und Analyse von Kommunikationsdaten, der Selbsteinschätzung des Digitalisierungsgrades und der Nutzung von KI-Technologien möglich. An der ZEW Konjunkturumfrage beteiligten sich im Juni 2024 etwa 1.200 Unternehmen.

Tabelle 1: Branchenabgrenzung Informationswirtschaft und Verarbeitendes Gewerbe nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige (Ausgabe 2008)

Branchen und Subbranchen		WZ 2008	
Informations- wirtschaft	IKT-Branche	IKT-Hardware	26.1-26.4, 26.8
		IKT-Dienstleister	58.2, 61, 62, 63.1
	Mediendienstleister	58.1, 59, 60, 63.9	
	Wissensintensive Dienstleister	Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung	69
		Public-Relations- und Unternehmensberatung	70.2
		Architektur- und Ingenieurbüros, technische, physikalische und chemische Untersuchung	71
		Forschung und Entwicklung	72
		Werbung und Marktforschung	73
		Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten	74
	Verarbeitendes Gewerbe	Chemie und Pharma	20, 21
Maschinenbau		28	
Fahrzeugbau		29, 30	
Sonstiges Verarbeitendes Gewerbe		10-19, 22-25, 26.5-26.7, 27, 31-33	

Tabelle 2: Berufliche Stellung der Befragungsteilnehmer/innen

	Anteil
Geschäftsführung/Vorstand	76 %
Betriebs-/Bereichs-/Abteilungsleitung	12 %
Team-/Projektleitung	4 %
Angestellte/r ohne Leitungsfunktion	8 %

Lesehilfe: 76 Prozent aller ausgefüllten Fragebögen wurden von einem Mitglied der Geschäftsführung oder des Vorstandes beantwortet.

Tabelle 3: Anzahl der Umfrageteilnehmer je Industrie und Größenklasse

	5-19 Beschäftigte	20-99 Beschäftigte	>=100 Beschäftigte	Gesamt
IKT-Hardware	4	1	0	5
IKT-Dienstleister	15	21	0	36
Mediendienstleister	5	1	0	6
Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung	20	11	0	31
Public-Relations- und Unternehmensberatung	21	14	1	36
Architektur- und Ingenieurbüros, technische, physikalische und chemische Untersuchung	17	10	2	29
Forschung und Entwicklung	2	3	0	5
Werbung und Marktforschung	20	0	0	20
Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten	9	0	0	9
Chemie und Pharma	2	3	1	6
Maschinenbau	13	11	3	27
Fahrzeugbau	0	0	0	0
Sonstiges Verarbeitendes Gewerbe	22	26	16	64
Gesamt	150	101	23	274

Lesehilfe: An der Befragung nahmen 4 Unternehmen aus Hessen teil, die der Branche IKT-Hardware angehören und deren Beschäftigtenanzahl zwischen 5 und 19 Beschäftigten beträgt.

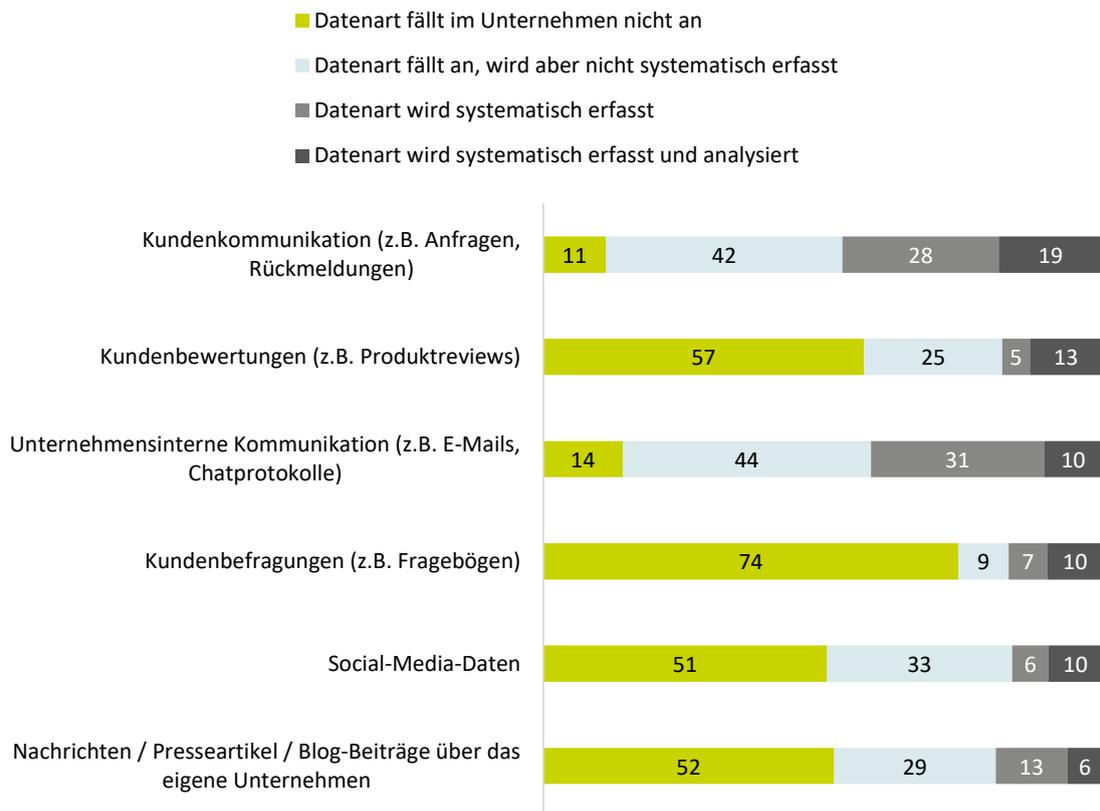
Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikationszusammenhängen auf Unternehmensebene

2 Ergebnisse der Unternehmensbefragung

2.1. Nutzung von Kommunikationsdaten

In 19 Prozent der hessischen Unternehmen in der Informationswirtschaft und dem Verarbeitenden Gewerbe werden Kommunikationsdaten aus der Kundenkommunikation, z.B. aus Anfragen oder Rückmeldungen, systematisch erfasst und auch analysiert. 28 Prozent der Unternehmen geben an, dass diese Daten aus der Kundenkommunikation lediglich systematisch erfasst werden, während in 42 Prozent der Unternehmen solche Daten nicht systematisch erfasst werden. In den verbleibenden 11 Prozent der Unternehmen fallen laut eigener Aussage keine Kommunikationsdaten aus der Kundenkommunikation an.

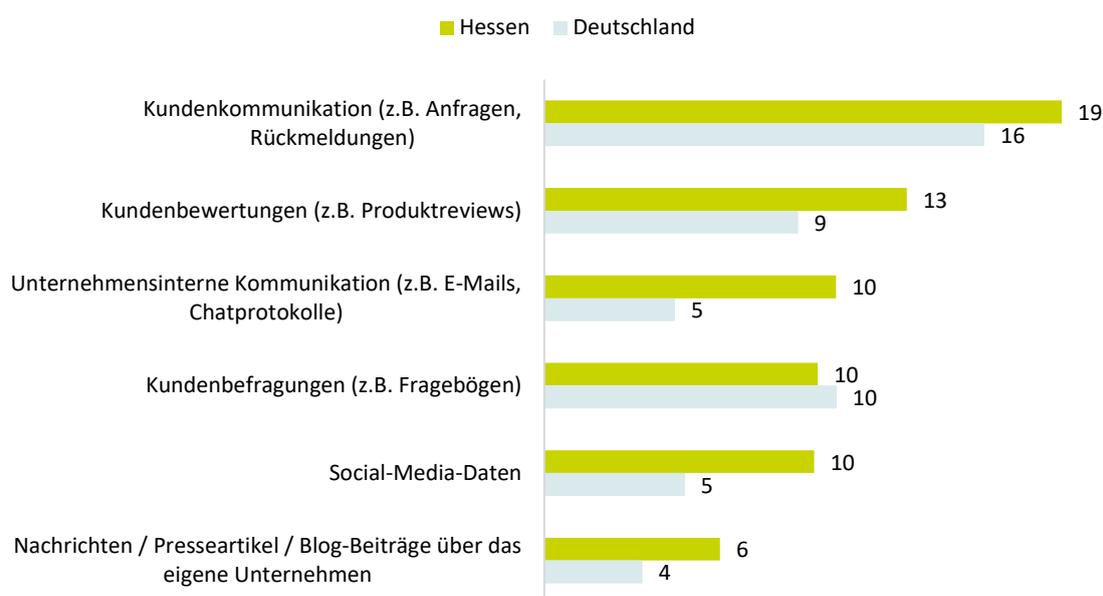
Abbildung 1: Erfassung und Analyse verschiedener Arten von Kommunikationsdaten



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Die Anteile der Unternehmen in Hessen, die die abgefragten Arten von Kommunikationsdaten systematisch erfassen und analysieren, unterscheiden sich nur geringfügig von den entsprechenden Anteilen für Gesamtdeutschland. Während beispielsweise 19 Prozent der hessischen Unternehmen Daten aus der Kundenkommunikation erfassen und analysieren, beläuft sich dieser Anteil für Gesamtdeutschland auf 16 Prozent.

Abbildung 2: Arten von Kommunikationsdaten, die systematisch erfasst und analysiert werden, Vergleich Hessen und Deutschland

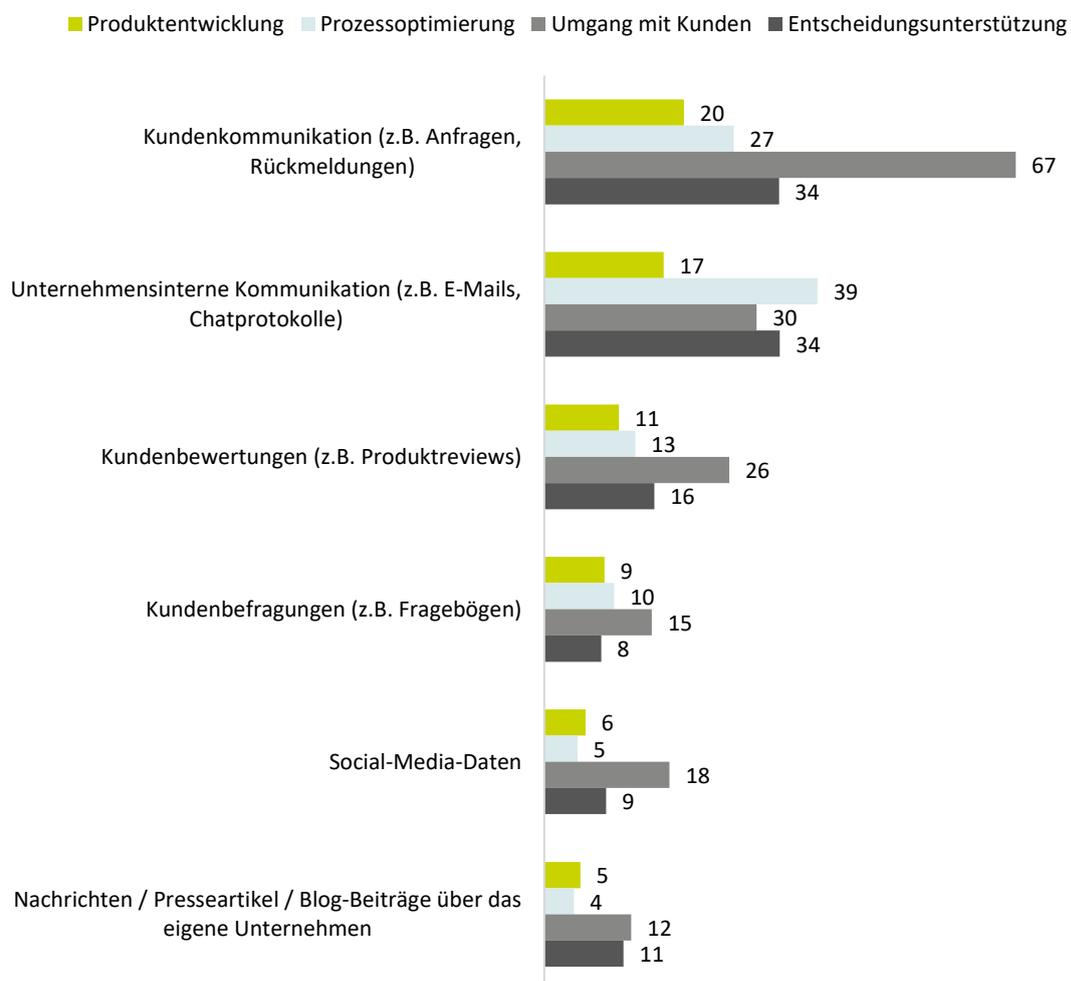


Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

Daten aus der Kundenkommunikation werden von 20 Prozent der Unternehmen in der Informationswirtschaft und dem Verarbeitenden Gewerbe für die Produktentwicklung eingesetzt. Ebenfalls für die Produktentwicklung werden von 17 Prozent der Unternehmen Daten aus der unternehmensinternen Kommunikation, z.B. aus E-Mails oder Chatprotokollen, genutzt. Besonders häufig werden Daten aus der Kundenkommunikation für den Umgang mit Kunden genutzt (67 Prozent der Unternehmen).

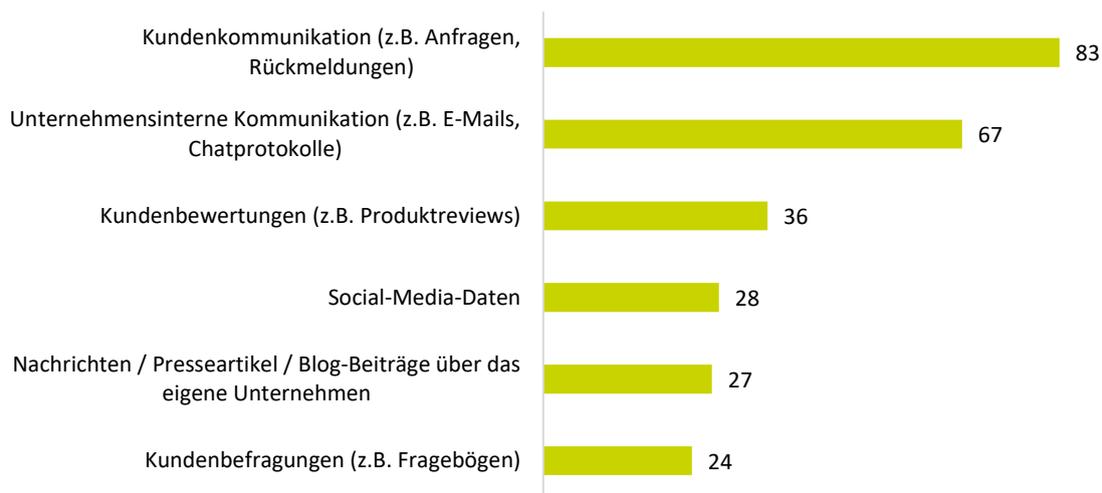
Abbildung 3: Arten von Kommunikationsdaten, die aktuell für die angegebenen Zwecke zum Einsatz kommen



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Daten aus Kundenbewertungen, z.B. Produktreviews, werden von 36 Prozent der Unternehmen für mindestens einen der vier abgefragten Einsatzzwecke verwendet (Produktentwicklung, Prozessoptimierung, Umgang mit Kunden oder Entscheidungsunterstützung).

Abbildung 4: Arten von Kommunikationsdaten, die aktuell für mindestens einen der abgefragten Zwecke zum Einsatz kommen



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

Daten aus Kundenbewertungen, z.B. Produktreviews, werden von 26 Prozent der Unternehmen mit 5 bis 19 Beschäftigten für mindestens einen der vier abgefragten Einsatzzwecke verwendet. Bei den Unternehmen mit 20 bis 99 Beschäftigten beträgt dieser Anteil hingegen 56 Prozent.

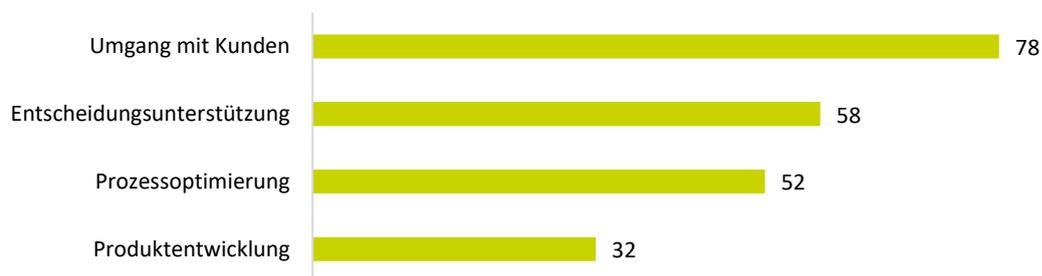
Abbildung 5: Arten von Kommunikationsdaten, die aktuell für mindestens einen der abgefragten Zwecke zum Einsatz kommen, nach Größe und Industrie

	Gesamt	5-19 Besch.	20-99 Besch.	>= 100 Besch.	Informations- wirtschaft	Ver- arbeitendes Gewerbe
Kundenbewertungen (z.B. Produktreviews)	36	26	56	--	24	52
Kundenkommunikation (z.B. Anfragen, Rückmeldungen)	83	81	87	--	83	84
Kundenbefragungen (z.B. Fragebögen)	24	18	37	--	20	29
Unternehmensinterne Kommunikation (z.B. E-Mails, Chatprotokolle)	67	63	84	--	69	65
Social-Media-Daten	28	26	34	--	26	31
Nachrichten / Presseartikel / Blog-Beiträge über das eigene Unternehmen	27	22	41	--	28	27

Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

In 78 Prozent der Unternehmen kommt mindestens eine der abgefragten Arten von Kommunikationsdaten für den Umgang mit Kunden zum Einsatz. In 32 Prozent der Unternehmen werden Kommunikationsdaten für die Produktentwicklung eingesetzt.

Abbildung 6: Verfolgte Zwecke, für die mindestens eine der genannten Arten von Kommunikationsdaten aktuell zum Einsatz kommt



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

In 43 Prozent der Unternehmen mit 5 bis 19 Beschäftigten kommt mindestens eine der abgefragten Arten von Kommunikationsdaten für die Prozessoptimierung zum Einsatz. In Unternehmen mit 20 bis 99 Beschäftigten beträgt dieser Anteil 71 Prozent.

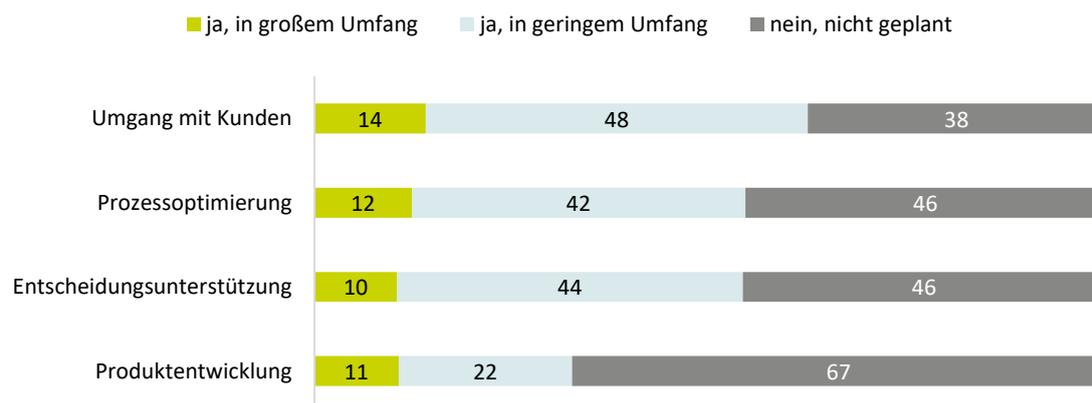
Abbildung 7: Verfolgte Zwecke, für die mindestens eine der genannten Arten von Kommunikationsdaten aktuell zum Einsatz kommt, nach Größe und Industrie

	Gesamt	5-19 Besch.	20-99 Besch.	>= 100 Besch.	Informationswirtschaft	Verarbeitendes Gewerbe
Produktentwicklung	32	26	43	--	26	40
Prozessoptimierung	52	43	71	--	53	50
Umgang mit Kunden	78	75	85	--	75	82
Entscheidungsunterstützung	58	54	70	--	58	58

Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Ein Anteil von 14 Prozent der Unternehmen plant in den kommenden drei Jahren in einem großen Umfang Kommunikationsdaten für den Umgang mit Kunden einzusetzen. Für die Zwecke der Prozessoptimierung, Entscheidungsunterstützung und Produktentwicklung fallen diese Anteile mit Werten zwischen 10 und 12 Prozent nur geringfügig kleiner aus.

Abbildung 8: Pläne in den kommenden drei Jahren Kommunikationsdaten für die folgenden Zwecke einzusetzen

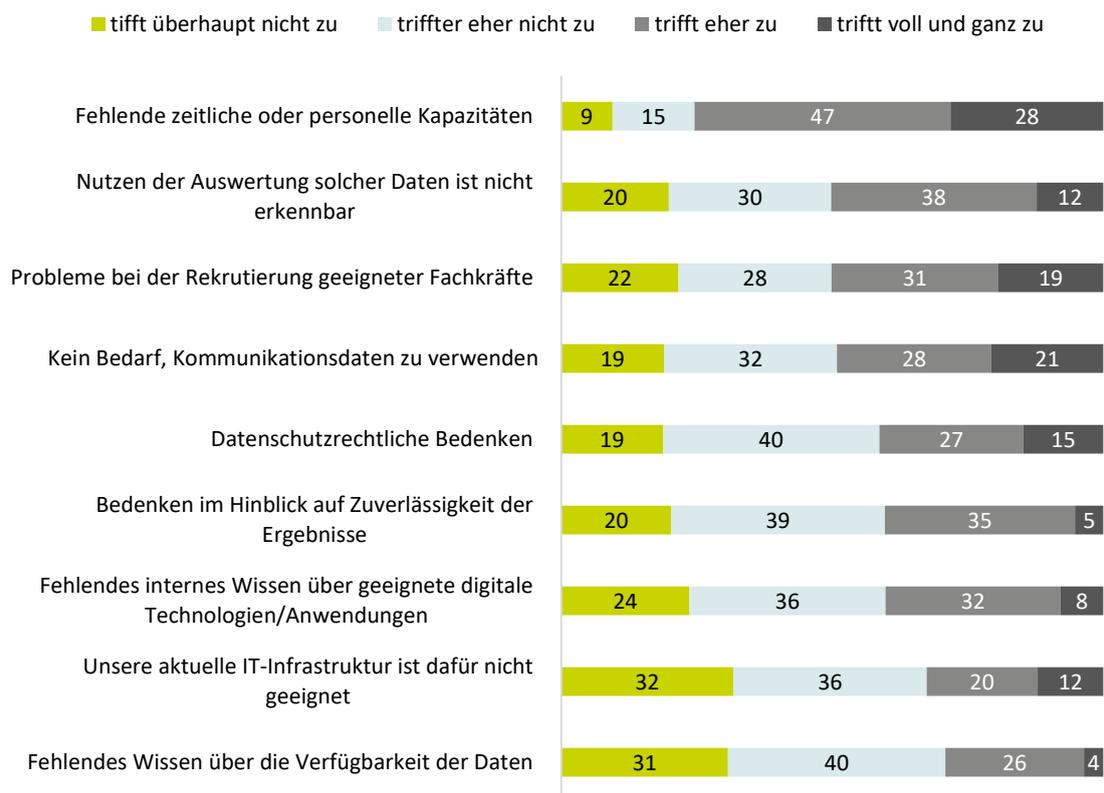


Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

Etwa 75 Prozent der Unternehmen sehen fehlende zeitliche oder personelle Kapazitäten als Faktor an, der die Nutzung von Kommunikationsdaten in ihrem Unternehmen erschwert oder verhindert (Summe aus „trifft eher zu“ und „trifft voll und ganz zu“). Für etwa die Hälfte der Unternehmen ist der Nutzen der Auswertung solcher Daten nicht erkennbar, bestehen Probleme bei der Rekrutierung geeigneter Fachkräfte oder keine Bedarfe für die Verwendung von Kommunikationsdaten.

Abbildung 9: Faktoren, die die Nutzung von Kommunikationsdaten erschweren oder verhindern



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

32 Prozent der Unternehmen in der Informationswirtschaft sehen fehlendes internes Wissen über geeignete digitale Technologien/Anwendungen als Faktor an, der die Nutzung von Kommunikationsdaten in ihrem Unternehmen erschwert oder verhindert (Summe aus „trifft eher zu“ und „trifft voll und ganz zu“). Im Verarbeitenden Gewerbe beträgt dieser Anteil hingegen 52 Prozent.

Abbildung 10: Faktoren, die die Nutzung von Kommunikationsdaten erschweren oder verhindern, nach Größe und Industrie

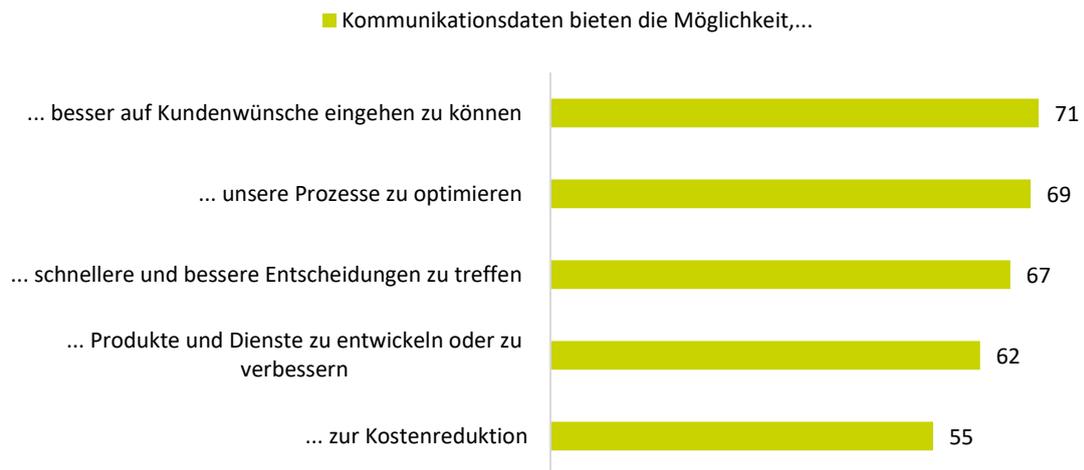
	Gesamt	5-19 Besch.	20-99 Besch.	>= 100 Besch.	Informationswirtschaft	Verarbeitendes Gewerbe
Fehlende zeitliche oder personelle Kapazitäten	75	73	78	--	75	76
Nutzen der Auswertung solcher Daten ist nicht erkennbar	50	54	43	--	55	44
Probleme bei der Rekrutierung geeigneter Fachkräfte	50	49	53	--	45	57
Kein Bedarf, Kommunikationsdaten zu verwenden	49	53	44	--	52	45
Datenschutzrechtliche Bedenken	41	39	46	--	37	47
Bedenken im Hinblick auf Zuverlässigkeit der Ergebnisse	40	45	29	--	37	45
Fehlendes internes Wissen über geeignete digitale Technologien/Anwendungen	40	37	46	--	32	52
Unsere aktuelle IT-Infrastruktur ist dafür nicht geeignet	33	32	35	--	22	48
Fehlendes Wissen über die Verfügbarkeit der Daten	29	26	34	--	31	27

Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

71 Prozent der Unternehmen sehen die Möglichkeit, besser auf Kundenwünsche eingehen zu können, als Aspekt an, der für die (intensivere) Nutzung von Kommunikationsdaten im eigenen Unternehmen spricht.

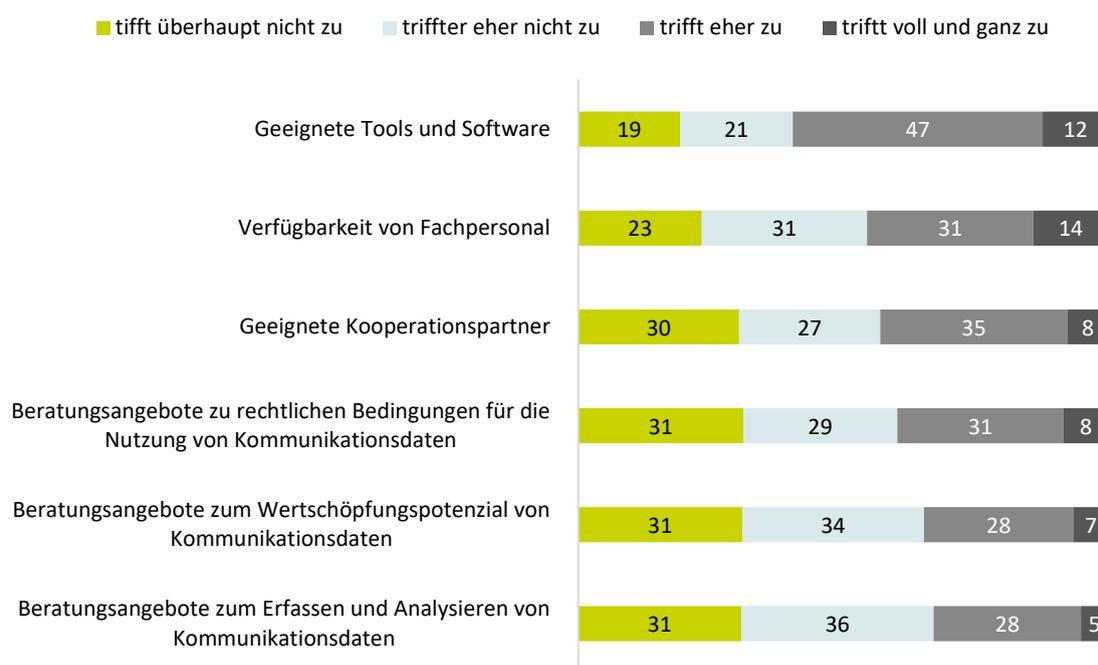
Abbildung 11: Aspekte, die für die (intensivere) Nutzung von Kommunikationsdaten im eigenen Unternehmen sprechen



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Etwa 59 Prozent der Unternehmen geben an, dass geeignete Tools oder Software das eigene Unternehmen dabei unterstützen würden, die Nutzung von Kommunikationsdaten zu starten oder zu intensivieren (Summe aus „trifft eher zu“ und „trifft voll und ganz zu“). Über 40 Prozent der Unternehmen geben an, dass die Verfügbarkeit von Fachpersonal oder geeignete Kooperationspartner die Nutzung von Kommunikationsdaten unterstützen würden.

Abbildung 12: Faktoren, die das eigene Unternehmen dabei unterstützen würden, die Nutzung von Kommunikationsdaten zu starten oder zu intensivieren



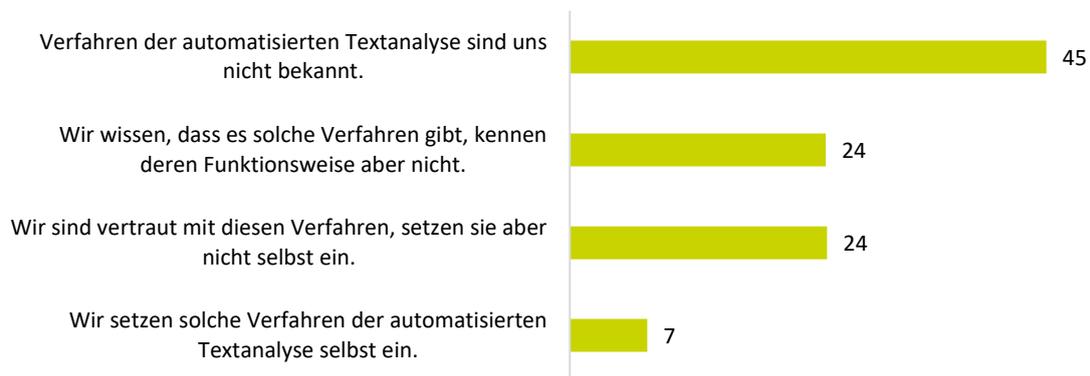
Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

2.2. Verfahren automatisierter Textanalyse

24 Prozent der Unternehmen geben an, dass sie mit Verfahren der automatisierten Textanalyse vertraut sind, sie aber nicht selbst einsetzen. Ein Anteil von 7 Prozent gibt an, dass solche Verfahren im Unternehmen selbst eingesetzt werden.

Abbildung 13: Vertrautheit des Unternehmens mit Verfahren der automatisierten Textanalyse (Natural Language Processing)



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

In der Informationswirtschaft geben 11 Prozent der Unternehmen an, dass sie Verfahren der automatisierten Textanalyse selbst einsetzen. Dieser Anteil beträgt im Verarbeitenden Gewerbe 3 Prozent.

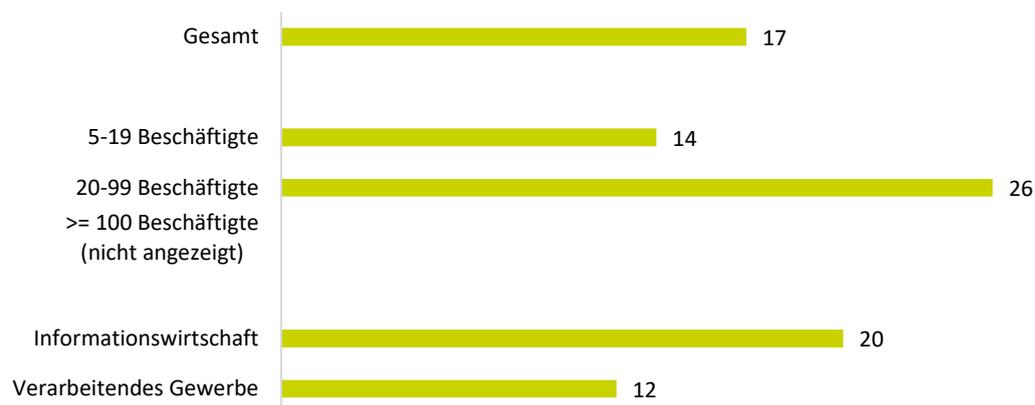
Abbildung 14: Aktueller Einsatz von Verfahren der automatisierten Textanalyse

	Gesamt	5-19 Besch.	20-99 Besch.	>= 100 Besch.	Informationswirtschaft	Verarbeitendes Gewerbe
Wir setzen solche Verfahren der automatisierten Textanalyse selbst ein.	7	7	10	--	11	3

Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

17 Prozent der Unternehmen planen in den kommenden drei Jahren Verfahren der automatisierten Textanalyse einzusetzen. Dieser Anteil fällt mit 20 Prozent für Unternehmen in der Informationswirtschaft höher aus als für Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe (12 Prozent).

Abbildung 15: Pläne, in den kommenden drei Jahren Verfahren der automatisierten Textanalyse (Natural Language Processing) einzusetzen

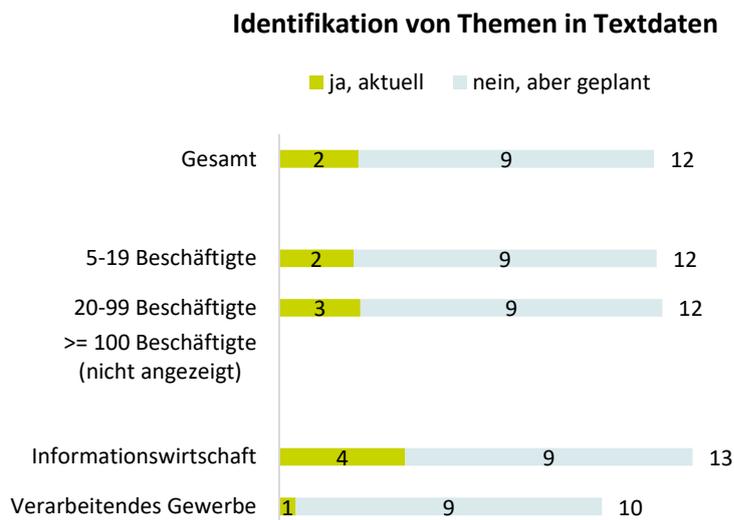
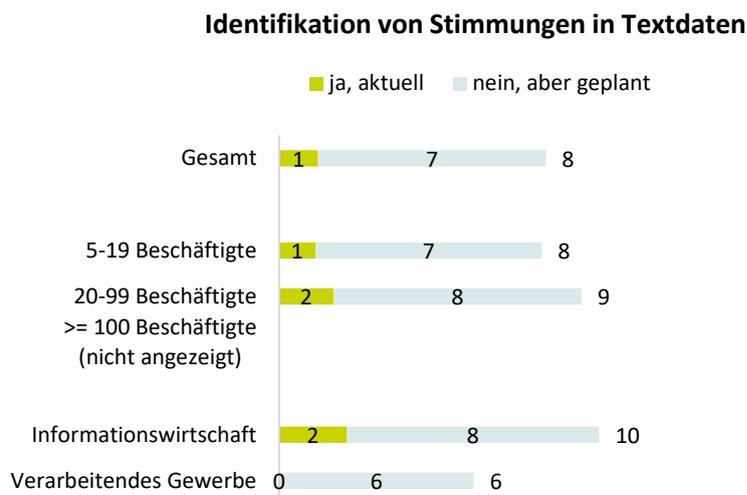


Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

Etwa 1 Prozent der Unternehmen setzt aktuell automatisierte Textanalysen zur Identifikation von Stimmungen in Textdaten ein, z.B. zur Unterscheidung von positiven oder negativen Kundenbewertungen. Zusätzlich planen 7 Prozent einen solchen Einsatz automatisierter Textanalysen. Ähnlich hoch ist der Anteil an Unternehmen, der aktuell automatisierte Textanalysen zur Identifikation von Themen in Textdaten einsetzt oder einen entsprechenden Einsatz plant, z.B. zur Unterscheidung der Themen von Kundenbewertungen.

Abbildung 16: Aktueller und geplanter Einsatz von automatisierten Textanalysen zur Identifikation von Stimmungen oder Themen

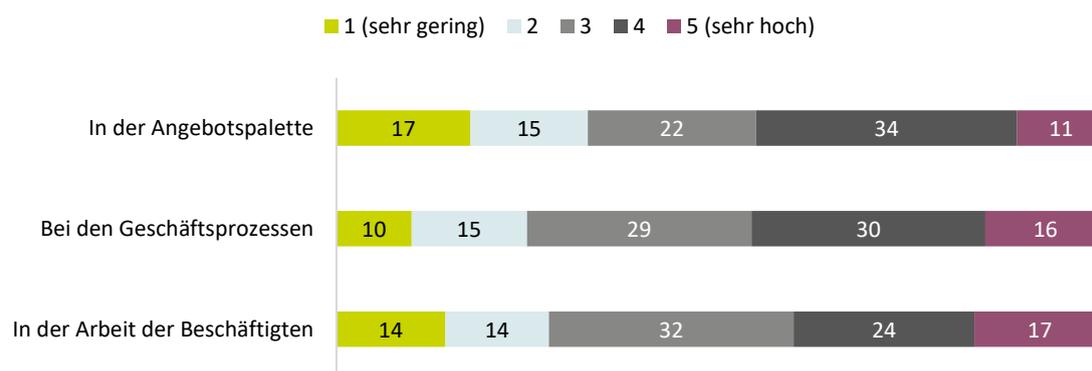


Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

2.3. Digitalisierungsgrad und Nutzung Künstlicher Intelligenz

11 Prozent der Unternehmen schätzen ihren Digitalisierungsgrad hinsichtlich der eigenen Angebotspalette als „sehr hoch“ ein. Einen „hohen“ Digitalisierungsgrad der Angebotspalette sehen zusätzlich 34 Prozent der Unternehmen.

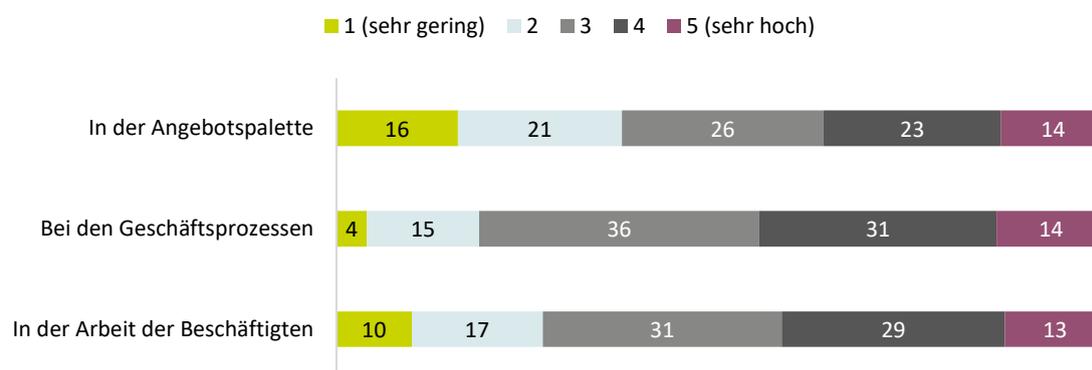
Abbildung 17: Selbsteinschätzung des Digitalisierungsgrades des Unternehmens



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Aus der ZEW Konjunkturumfrage Informationswirtschaft ergibt sich, dass 14 Prozent der Unternehmen in Deutschland ihren Digitalisierungsgrad hinsichtlich der eigenen Angebotspalette als „sehr hoch“ einschätzen. Einen „hohen“ Digitalisierungsgrad der Angebotspalette sehen zusätzlich 23 Prozent der Unternehmen. In den übrigen Kategorien (Geschäftsprozesse und Arbeit der Beschäftigten) fallen die Unterschiede zwischen den Ergebnissen für Hessen und Gesamtdeutschland noch etwas geringer aus.

Abbildung 18: Selbsteinschätzung des Digitalisierungsgrades des Unternehmens, Deutschland

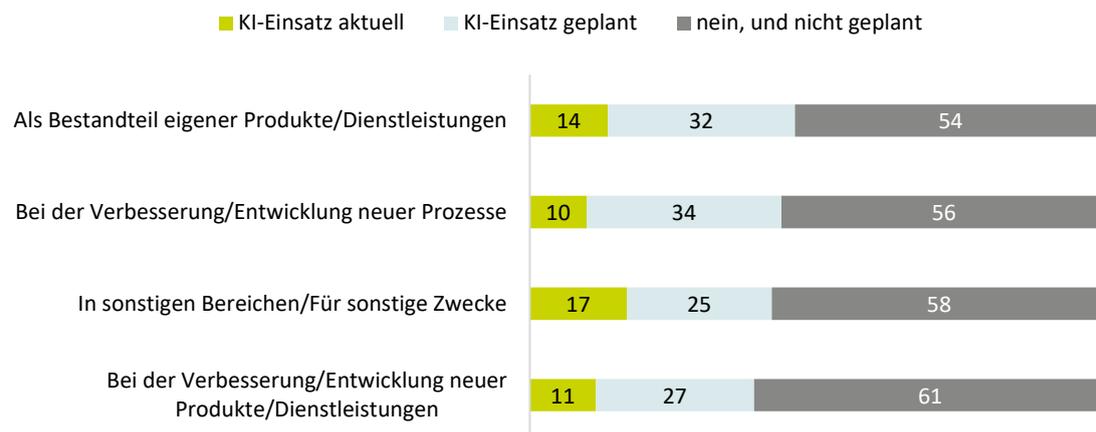


Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

In 14 Prozent der Unternehmen werden Anwendungen der Künstlichen Intelligenz (KI) als Bestandteil eigener Produkte oder Dienstleistungen eingesetzt. Zusätzlich planen 32 Prozent der Unternehmen einen solchen Einsatz von KI.

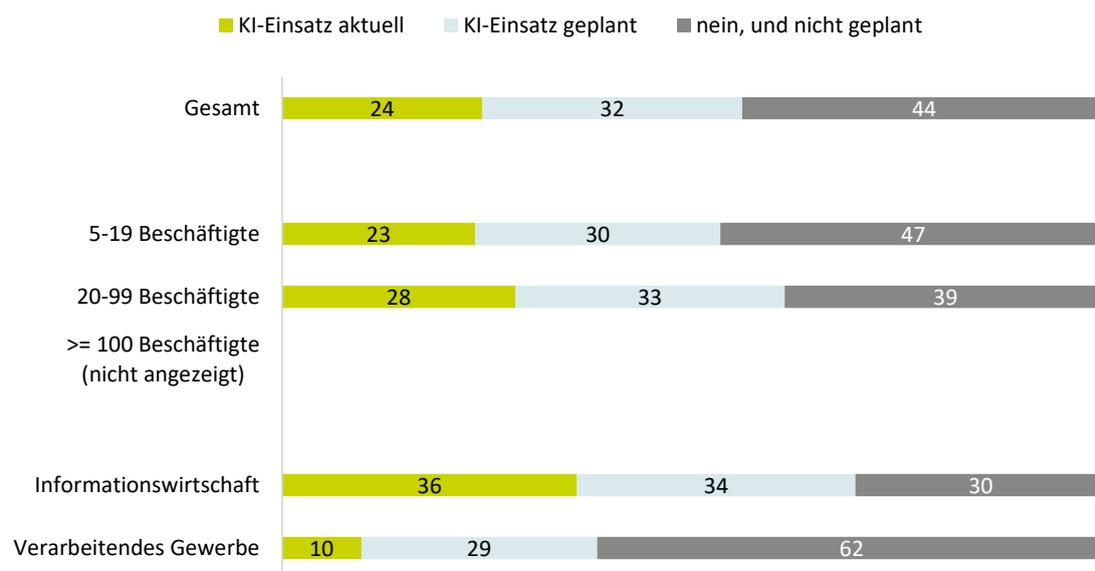
Abbildung 19: Einsatz von KI nach Bereichen



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

In 24 Prozent der Unternehmen werden Anwendungen der Künstlichen Intelligenz (KI) in mindestens einem der abgefragten Bereiche eingesetzt. Zusätzlich planen 32 Prozent der Unternehmen den Einsatz von KI. Unternehmen in der Informationswirtschaft berichten im Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe mehr als dreimal so häufig, KI aktuell einzusetzen.

Abbildung 20: KI-Einsatz in mindestens einem der abgefragten Bereiche

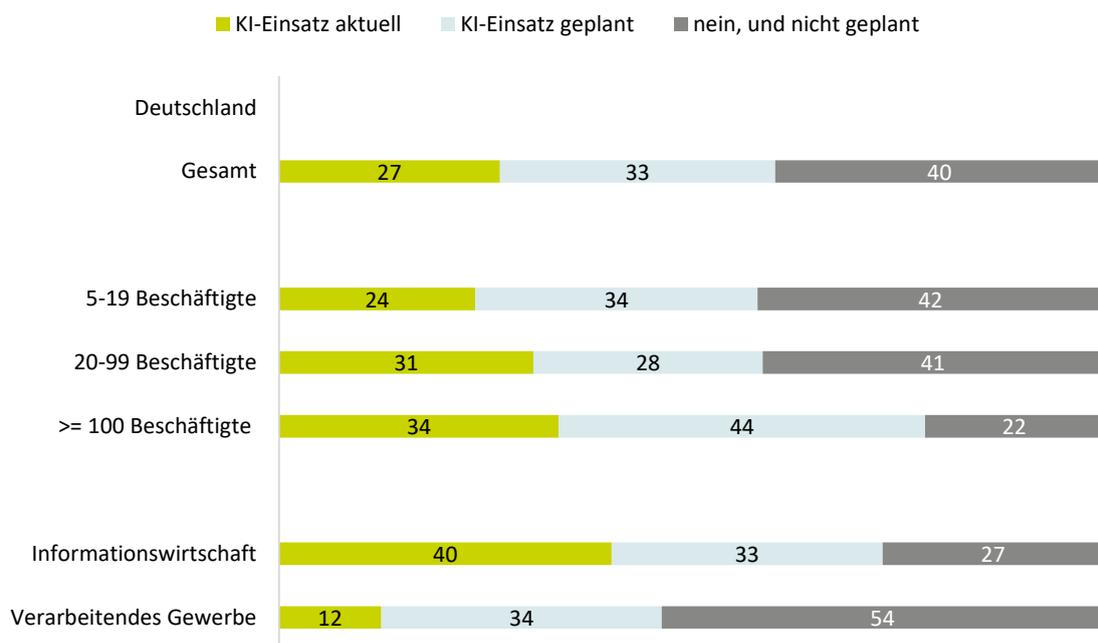


Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024

Befragung zum Einsatz neuer Daten in Kommunikations- zusammenhängen auf Unternehmensebene

Aus der ZEW Konjunkturumfrage Informationswirtschaft ergibt sich, dass 27 Prozent der Unternehmen in Deutschland in mindestens einem der abgefragten Bereiche KI-Anwendungen einsetzt. Zusätzlich planen 33 Prozent der Unternehmen den Einsatz von KI. Damit liegen die Ergebnisse zur KI-Nutzung in Hessen und Gesamtdeutschland sehr nah beieinander. Darüber hinaus liegen die Nutzungsraten auch dann sehr nahe beisammen, wenn die Ergebnisse für Hessen und Deutschland nach Größenklassen und dem Wirtschaftszweig aufgeteilt werden.

Abbildung 21: KI-Einsatz in mindestens einem der abgefragten Bereiche, Deutschland



Quelle: ZEW-Befragung EnDiKaU 2024