

Der digitale Faktor - Wie Deutschland von intelligenten Technologien profitiert

Wirtschaftliche Potenziale von Künstlicher Intelligenz

330 Mrd. Euro — so viel könnte generative Künstliche Intelligenz (KI) in Zukunft zur Bruttowertschöpfung (BWS) in Deutschland beitragen.¹ Dazu wäre eine Nutzung in mindestens 50 Prozent der Unternehmen erforderlich. Der Einsatz von KI ist entscheidend, um die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen am Standort in den nächsten Jahren zu sichern. Durch generative KI-Tools kann eine Arbeitnehmerin oder ein Arbeitnehmer in Deutschland im Durchschnitt 100 Stunden im Jahr sparen.¹ Um die genannten Wertschöpfungspotenziale zu erzielen, ist es eine Voraussetzung, dass die gewonnene Zeit für andere, produktivere Tätigkeiten eingesetzt wird.

Handlungsempfehlungen für die Ausschöpfung der Potenziale

Die Nutzung von KI und Digitalisierung bietet enorme Potenziale, die wichtig sind, um das Geschäftsmodell Deutschland für die Zukunft erfolgreich zu gestalten. Dies erfordert die Verbreitung bestehender Lösungen, die Entwicklung digitaler Innovationen und die Zusammenarbeit mit Unternehmen und der Gesellschaft, um die Chancen der digitalen Transformation und des KI-Einsatzes zu maximieren und Deutschland erfolgreich in die digitale Welt zu führen. Die Umsetzung der folgenden Handlungsempfehlungen aus der Studie „Der digitale Faktor“ der IW Consult im Auftrag von Google kann einen wichtigen Beitrag zur Hebung der Potenziale von KI in Deutschland leisten.

- 1 KI-Hub für den deutschen Mittelstand
- 2 Exzellenzuniversitäten ausbauen und KI-Forschung gezielt stärken
- 3 Niedrigschwelligen Zugang zu digitaler Bildung schaffen
- 4 Partizipation in der Datenökonomie fördern
- 5 Private Start-up-Fonds fördern
- 6 Neue Flächen- und Genehmigungspolitik
- 7 Transformationsprozesse in ländlichen Räumen begleiten



der KI-nutzenden Unternehmen setzen KI zur **Optimierung von Marketing- und Sales-Aktivitäten** ein



der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer glauben, dass generative KI-Werkzeuge sie **dabei unterstützen werden, produktiver zu arbeiten**



aller Unternehmen in Deutschland **nutzen mindestens einen der Dienste von Google** und profitieren so von den Potenzialen der Digitalisierung und KI

86 Prozent von 170 befragten Manager:innen in einer Befragung der SRH Berlin sind überzeugt, dass die Bedeutung von KI für das Marketing zunehmen wird.²

Erfahren Sie mehr

Die hier dargestellten Ergebnisse stammen aus der Studie „Der digitale Faktor“ der IW Consult im Auftrag von Google und den in diesem Rahmen durchgeführten Unternehmens- und Bevölkerungsbefragungen. Informationen zur Methodik und weitere Ergebnisse finden Sie unter



[der-digitale-faktor.de](https://www.der-digitale-faktor.de)

1) Basierend auf den von Goldman Sachs ermittelten Arten von Aufgaben, die durch generative KI automatisiert werden können (Briggs/Kodani, 2023), hat Public First neue Schätzungen für die potenzielle Steigerung der Arbeitsproduktivität erstellt. Weitere Informationen zu Annahmen und Voraussetzungen, die zur Hebung der Potenziale erfüllt sein müssen, finden sich in der Studie „Der digitale Faktor“ der IW Consult im Auftrag von Google.

2) SRH, 2023, Studie: Künstliche Intelligenz – Studie: die Zukunft des Marketings 2023. Studienwelle 4 – Status Quo und ein halbes Jahrzehnt im Vergleich

Der Einsatz von KI erfordert neue Qualifikationen der Beschäftigten



Google unterstützt dabei, Angebot und Nachfrage auf dem deutschen Arbeitsmarkt zusammenzubringen



Laut einer OECD-Studie steigt mit dem Einsatz von KI der Bedarf an breiteren Qualifikationen und hochqualifizierten Arbeitskräften (OECD, 2023). Datenkompetenzen werden mittlerweile in mehr als jeder fünften Stellenanzeige nachgefragt.³

Mögliche Folgen von KI-Investitionen in Unternehmen

Anteil der Unternehmen, die innerhalb der nächsten fünf Jahre Investitionen in KI planen, welche dann Tätigkeiten übernimmt, die derzeit Menschen ausüben, und die diese Folge für eher oder sehr wahrscheinlich halten:

 55%	 51%
Einstellung neuer Mitarbeiter:innen zur Unterstützung des Einsatzes von KI-Technologien	Umschulung der aktuellen Beschäftigten

Quelle: Unternehmensbefragung durch Public First, 2023

KI im Google Ads-Kampagnentyp Performance Max

Der neue Google Ads-Kampagnentyp Performance Max basiert auf Zielvorhaben und ist darauf ausgelegt, dass Werbetreibende in einer einzigen Kampagne auf das gesamte Google Ads-Inventar zugreifen können. Er kann als Ergänzung zu keywordbasierten Suchkampagnen dazu beitragen, mehr potenzielle Kunden zu erreichen – und zwar auf allen Google-Kanälen, beispielsweise auf YouTube, im Displaynetzwerk, in der Google Suche, in Discover, Gmail und Maps.

Mit Performance Max-Kampagnen kann die Leistung basierend auf Conversion-Zielvorhaben gesteigert werden und dadurch mehr Conversions und einen höheren Wert erreicht werden. Mithilfe von Smart Bidding lassen sich die Gebote in Echtzeit optimieren und kanalübergreifend bessere Ergebnisse erzielen. Es werden die KI-Technologien von Google eingesetzt, u. a. für Gebote, Budgetoptimierung, Zielgruppen, Creatives und Attribution. Unterstützt wird die Optimierung durch das spezifische Werbeziel des Kunden (z. B. CPA [Cost-per-Action]- oder ROAS [Return on Advertising Spend]-Ziel) sowie bereitgestellte Creative-Assets, Zielgruppensignale und optionale Datenfeeds.

Kundenbeispiele u. a. zum Thema Performance Max-Kampagnen unter: [google.com/KI-Beispiele](https://www.google.com/ads/campaigns/performance-max)



3) Büchel, Jan / Engler, Jan Felix / Mertens, Armin, 2023b, Gesuchte Datenkompetenzen in Deutschland, IW-Trends, 02/2023
4) Laut Angaben von Google
5) Laut Angaben von Google