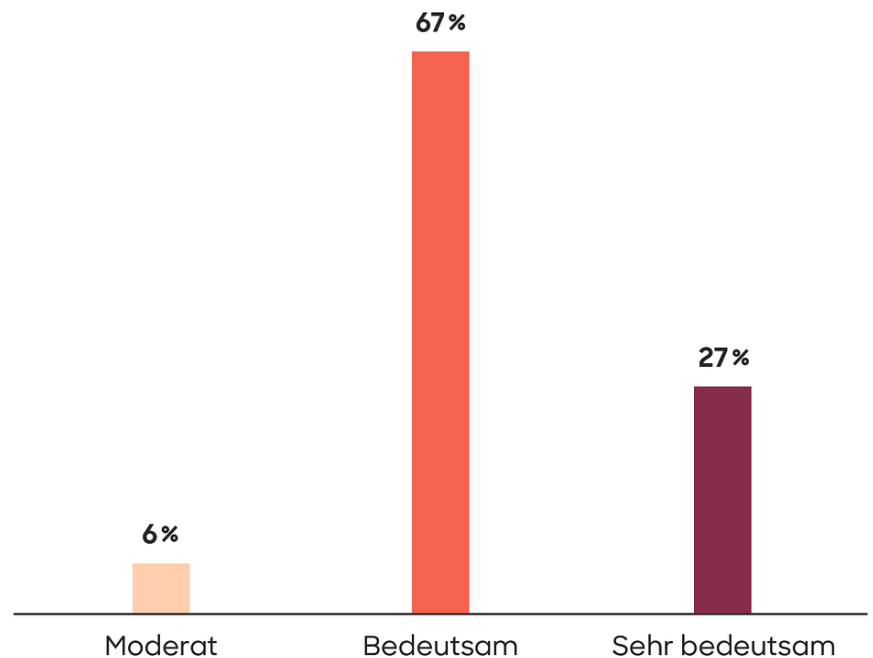


Führungskräfte glauben, dass KI einen erheblichen Einfluss auf ihr Unternehmen haben wird

Wie groß ist Ihrer Meinung nach der Einfluss von Fortschritten in der künstlichen Intelligenz auf die zukünftigen Abläufe in Ihrem Unternehmen?



Quelle Roland Berger

20.11.2024 09:21 CET

Künstliche Intelligenz verändert die Gesundheitsbranche massiv – Unternehmen fühlen sich nicht gut vorbereitet

[Study Download](#)

- Umfrage von Roland Berger unter Managern der Gesundheitsbranche: Fast alle (94%) erwarten starke oder sehr starke Auswirkungen von KI
- Dreiviertel nutzen KI regelmäßig, aber nur 15 Prozent haben die

- Technologie in Standardprozesse integriert
Unternehmen engagieren sich und investieren, doch nur 29 Prozent fühlen sich gut vorbereitet, um KI für Wettbewerbsvorteile zu nutzen

München, November 2024: Die Gesundheitsbranche leidet weltweit unter Herausforderungen wie Kostendruck, Fachkräftemangel oder regulatorischen Anforderungen. Künstliche Intelligenz (KI) und darauf basierende Technologien bieten sich hier als Lösung an. Das sehen auch die Führungskräfte der Branche so, wie eine Umfrage unter 100 Unternehmensführern und weiteren Entscheidern aus Gesundheitsunternehmen zeigt, die Roland Berger für die Studie „Future of Health – The AI (r)evolution“ durchgeführt hat: Alle Befragten nutzen KI bereits, 74 Prozent von ihnen regelmäßig. Dennoch haben bisher nur 15 Prozent die Technologie zumindest teilweise in Standardprozesse integriert. Für die Zukunft erwarten die Manager, dass die Bedeutung von KI im Gesundheitswesen weiter zunimmt – vor allem in Diagnostik und Prävention. Fast alle (94%) rechnen mit starken oder sehr starken Auswirkungen auf ihr eigenes Unternehmen und 90 Prozent haben bereits eine spezielle Abteilung für KI eingerichtet. Dennoch sagen derzeit nur 29 Prozent der Befragten, dass ihre Organisation gut für das Thema aufgestellt ist.

„KI ist in der Gesundheitsbranche angekommen und verursacht bereits jetzt große Umwälzungen“, sagt Ulrich Kleipaß, Partner bei Roland Berger. „Das betrifft alle Akteure in der Wertschöpfungskette, von Pharma- und Medizintechnikunternehmen, deren Geschäftsmodelle sich mit KI verändern, über Krankenversicherungen, die KI nutzen, um ihre Effizienz zu steigern, bis hin zu den Fachkräften in Krankenhäusern, Laboren und Arztpraxen, die neue KI-unterstützte Diagnose- und Therapiemethoden anwenden. Deshalb müssen alle Unternehmen der Branche sich mit dem Thema befassen, sonst laufen sie Gefahr, bei Innovation und Effizienz ins Hintertreffen zu geraten und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verlieren.“

Bisher hilft KI im Gesundheitswesen vor allem bei der Optimierung von Prozessen und Kosten: 81 Prozent der Befragten nennen als Vorteil die Beschleunigung von Abläufen, 79 Prozent eine gesteigerte Qualität und 77 Prozent Kosteneinsparungen. Im Zuge weiterer technologischer Fortschritte dürfte KI sich in allen Bereichen der Patientenversorgung und in der gesamten Wertschöpfungskette im Gesundheitswesen durchsetzen: KI-unterstützte Diagnoseverfahren, etwa in der Radiologie, versprechen schnellere und genauere Ergebnisse; die Automatisierung von

Routineaufgaben steigert die Effizienz und hilft, personelle und finanzielle Ressourcen freizumachen; KI-gestützte Datenanalysen in Pharma- und Medizintechnikunternehmen beschleunigen klinische Studien und steigern die Effizienz bei Forschung und Entwicklung.

Komplexes Thema verlangt Fachwissen oder einschlägige Partner
Insgesamt erwartet das Marktforschungsunternehmen Grand View Research bis 2030 ein weltweites Marktvolumen für KI im Gesundheitswesen von bis zu rund 190 Milliarden US-Dollar. Die Roland Berger-Studie zeigt allerdings, dass es bei der tatsächlichen Anwendung von KI derzeit noch große Unterschiede innerhalb der Branche gibt. So ist der Einsatz der Technologie etwa in der medizinischen Diagnostik deutlich weiter fortgeschritten als im Bereich der Therapie.

„Insgesamt hat die Gesundheitsbranche die grundlegende Bedeutung von KI für ihre Zukunft erkannt, das zeigen die laufenden Investitionen und das Engagement der Unternehmensführungen, etwa mit der Einführung spezieller KI-Abteilungen“, sagt Karsten Neumann, Partner bei Roland Berger. „Dass sich dennoch nur 29 Prozent ausreichend vorbereitet sehen, um mit Hilfe von KI Wettbewerbsvorteile zu erzielen, liegt vor allem an fehlender technischer Expertise zu diesem hochkomplexen Thema sowie technischen und infrastrukturellen Unsicherheiten.“ Folgerichtig gaben 87 Prozent der Befragten an, dass sie lieber mit einschlägigen Technologieunternehmen zusammenarbeiten würden, als eigene KI-Lösungen zu entwickeln – trotz Bedenken, etwa in Bezug auf die Datensicherheit.

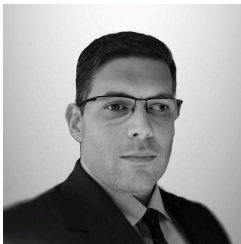
Wo KI Vorteile verspricht, wird sie schnell eingeführt
Für die weitere Entwicklung haben die Studienautoren drei Szenarien erarbeitet: Die höchste Wahrscheinlichkeit sehen sie beim „realistischen Szenario“, einer raschen Entwicklung mit Einsatz von KI vor allem in Bereichen, wo sie messbare Vorteile bringt. Die Effizienzgewinne sind in diesem Fall ungleichmäßig über die Branche verteilt. Ein zweites, „beschleunigtes Szenario“ beschreibt die schnelle Einführung von KI in der gesamten Gesundheitsbranche sowie deren umfassende Transformation; das dritte, „konservative Szenario“ geht von einer langsamen Entwicklung und begrenzten Auswirkungen aus.

„Unabhängig davon, welches der drei Szenarien tatsächlich wahr wird, sollten Gesundheitsunternehmen sich intensiv damit auseinandersetzen, wie das Thema KI sich auf ihr Geschäft auswirkt“, sagt Thilo Kaltenbach, Partner bei

Roland Berger. „Das reicht von strategischen Überlegungen über die Ermittlung von Betriebsbereichen, die am ehesten von KI profitieren können, bis hin zu gezielten Investitionen in die Technologie, um sich frühzeitig Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Dabei ist eine langfristige Perspektive wichtig und die kontinuierliche Überprüfung und Optimierung des Engagements, um sowohl für evolutionäre als auch disruptive Entwicklungen gerüstet zu sein.“

Roland Berger ist eine weltweit führende Strategieberatung mit einem breiten Leistungsangebot für alle relevanten Branchen und Unternehmensfunktionen. Roland Berger wurde 1967 gegründet und hat seinen Hauptsitz in München. Die Strategieberatung ist vor allem für ihre Expertise in den Bereichen Transformation, industrieübergreifende Innovation und Performance-Steigerung bekannt und hat sich zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeit in all ihren Projekten zu verankern. Im Jahr 2023 verzeichnete Roland Berger einen Umsatz von über einer Milliarde Euro.

Kontaktpersonen



Raphael Dörr

Pressekontakt

Head of Corporate Communications & PR

raphael.doerr@rolandberger.com

+49 89 9230 8792



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750