

Mehr als Prompting- Skills notwendig

Welche GKI-Kompetenzen Mitarbeitende und
Unternehmen stärken müssen

Prof. Dr. Philipp Bachmann & Dr. Nadine Stutz
philipp.bachmann.01@hslu.ch, nadine.stutz@hslu.ch

IKM Impuls, 29. Januar 2025



Überlegen Sie kurz und schreiben Sie die Antworten in den Chat:

Welche Aufgaben können Sie mit generativer KI schneller erledigen als früher?

Leiden Sie trotzdem unter Zeitknappheit?



Charlie Chaplin 1936 in seinem Film *Modern Times*. Foto: Warner Home Video

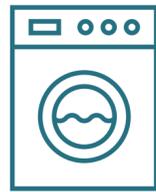


Bachmann: Mit Dall-e erstellt.

Wird ein (noch) geschickterer Einsatz von Generativer KI Ihre Zeitknappheit lindern?

Es ist ein Paradox:

Unsere moderne Welt ist voller Erfindungen, die Zeit sparen sollen. Doch wenn das so ist – wo bleibt dann all die gewonnene Zeit?



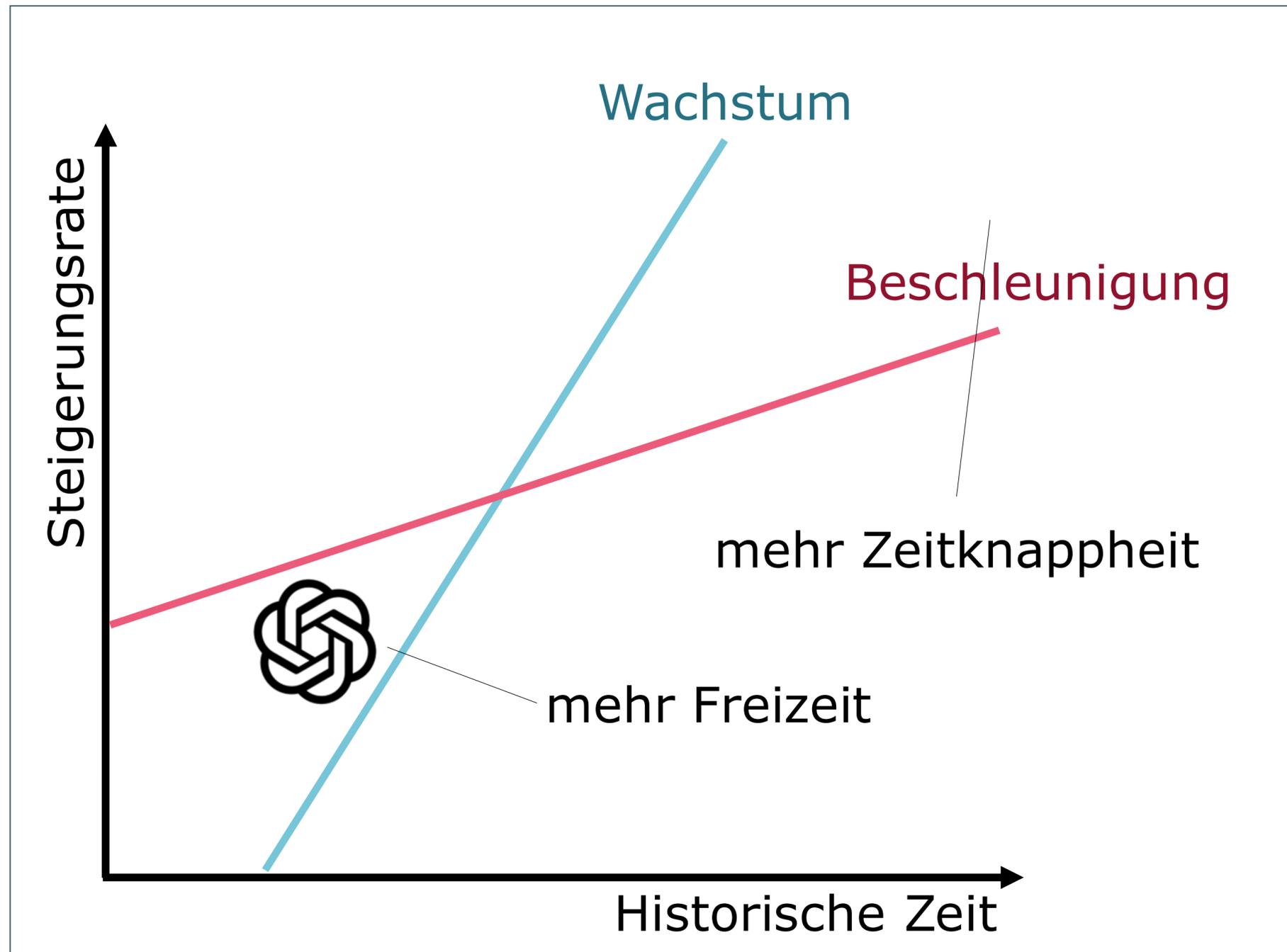
Marcel Proust

*Auf der Suche
nach der ~~verlorenen~~ Zeit
gewonnenen*



RECLAM

Zeitknappheit entsteht, wenn steigendes Wachstum die durch beschleunigte Prozesse gewonnene Zeit wieder aufzehrt.

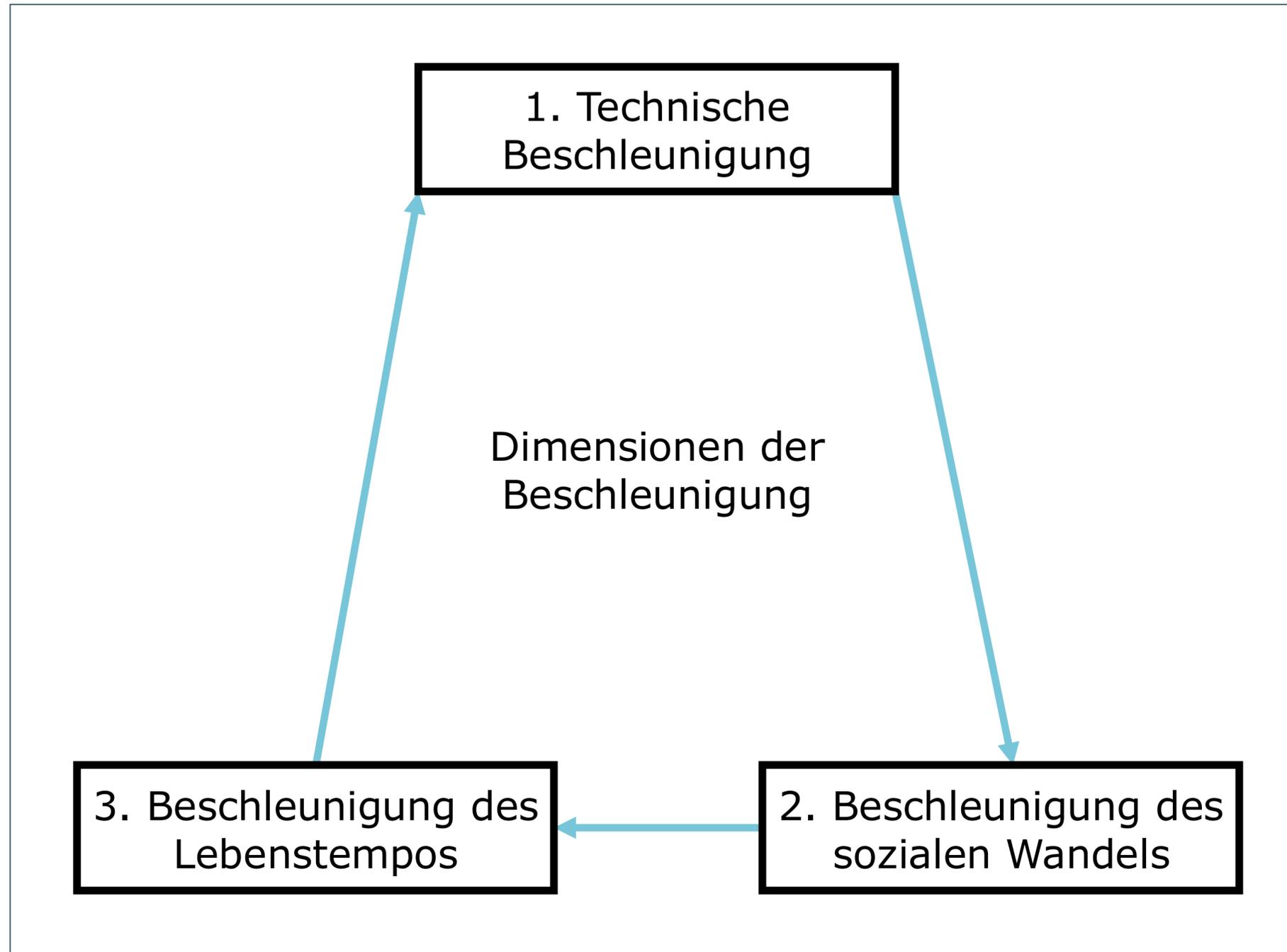


(vgl. Rosa, 2013, S. 33)

In der Soziologie spricht man von «**rutschenden Abhängen**»:

Im Wettbewerb «kann man sich keine Pause gönnen oder ausruhen, das Rennen unterbrechen und seine Position stabilisieren, da [man] entweder auf- oder absteigt. Es gibt keinen Punkt des Gleichgewichts, denn *stillzustehen* bedeutet *zurückzufallen*» (S. 43).

Der «Beschleunigungszirkel» und was er mit Ihnen und Ihrer Organisation zu tun hat.



(vgl. Rosa, 2013, S. 44)

Organisationen sind Orte der
«**institutionellen Reflexivität**» bzw.
«**Enttraditionalisierung**»:

In der Moderne ist keine Verfahren davor
gefeit, hinterfragt zu werden – zumindest
nicht in Unternehmen. Stets können
Möglichkeiten in Betracht gezogen
werden, wie auf die eine oder andere Art
und Weise besser verfahren werden kann
(vgl. Bachmann, 2017, S. 38 in Anlehnung
an Giddens, 1995, S.52-54).

Zwischenfazit

Ein fundiertes Verständnis von generativer KI ist essenziell – nicht nur technisch, sondern auch ethisch und strategisch.

Unternehmen müssen daher neben technischer Infrastruktur auch die GKI-Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden fördern.

Die Studie entwickelt hierfür ein GKI-Literacy-Modell, das den Zusammenhang zwischen individueller und organisationaler GKI-Literacy aufzeigt.

Bachmann, Stutz, Mohr, Rast, Zeder & Griesser (2024)

Unser Verständnis von GKI- Literacy und Methodik

Einsatz und Nutzung generativer künstlicher Intelligenz in Marketing- und Kommunikations- berufen

Eine Studie des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM

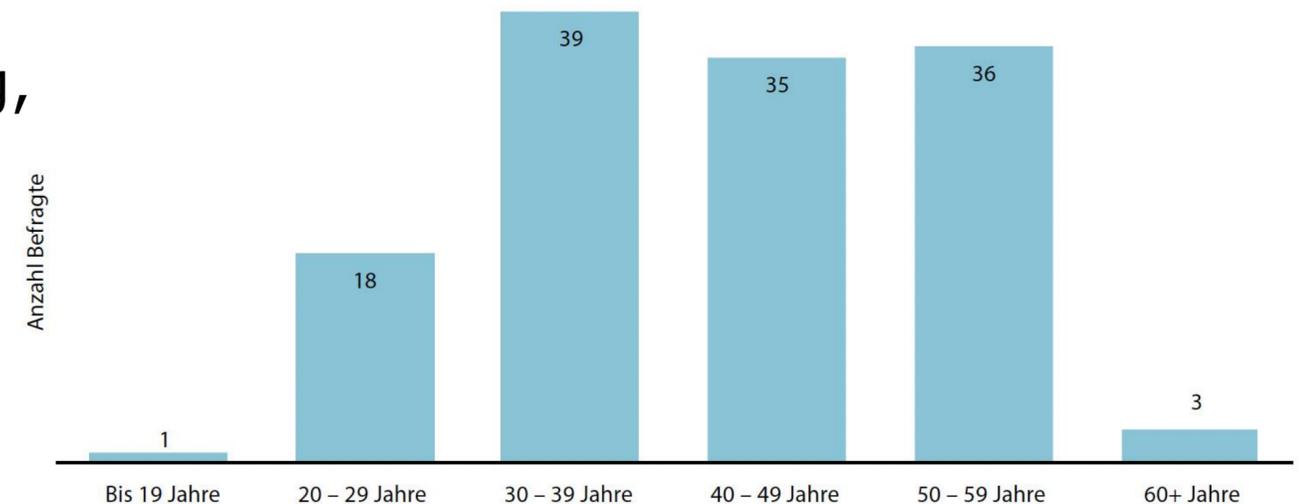
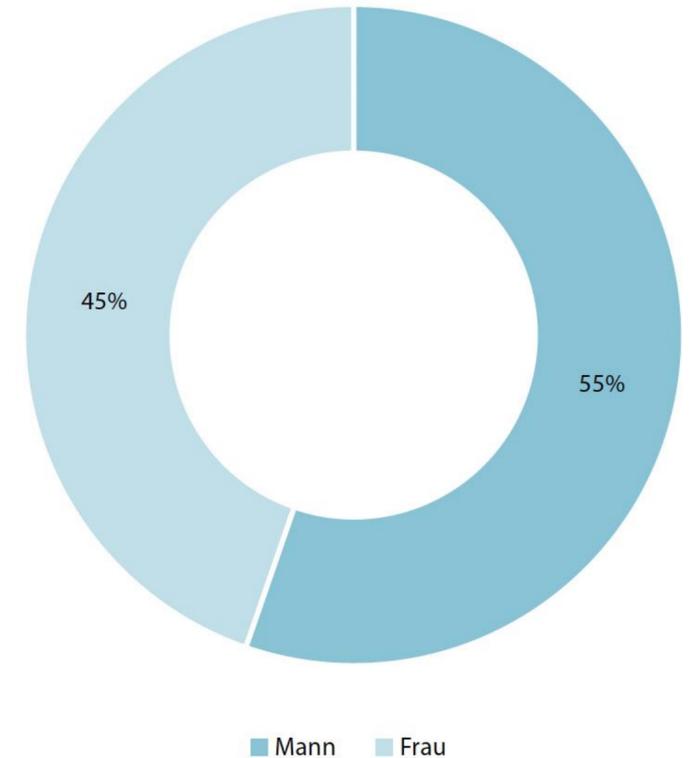
FH Zentralschweiz



[Link zur Studie](#)

Methodisches Vorgehen und Stichprobe

- **Design:** Onlinebefragung bei Wirtschafts- und Kommunikationsfachleuten; Rekrutierung via LinkedIn, Alumni-Newsletter und Weiterbildung.
- **Erhebungszeitraum:** 4.04 bis 18.05.2024.
- **Teilnehmer:** 132 vollständige Antworten
- **Arbeitsumfeld:** Mehrheit in privaten Unternehmen (39,4%), Beratung (17,4%), Bildung/Forschung (17,4%).
- **Spezialisierung:** 68,2% in Kommunikation und Marketing, weitere in Ökonomie, Finanzen und Tourismus.



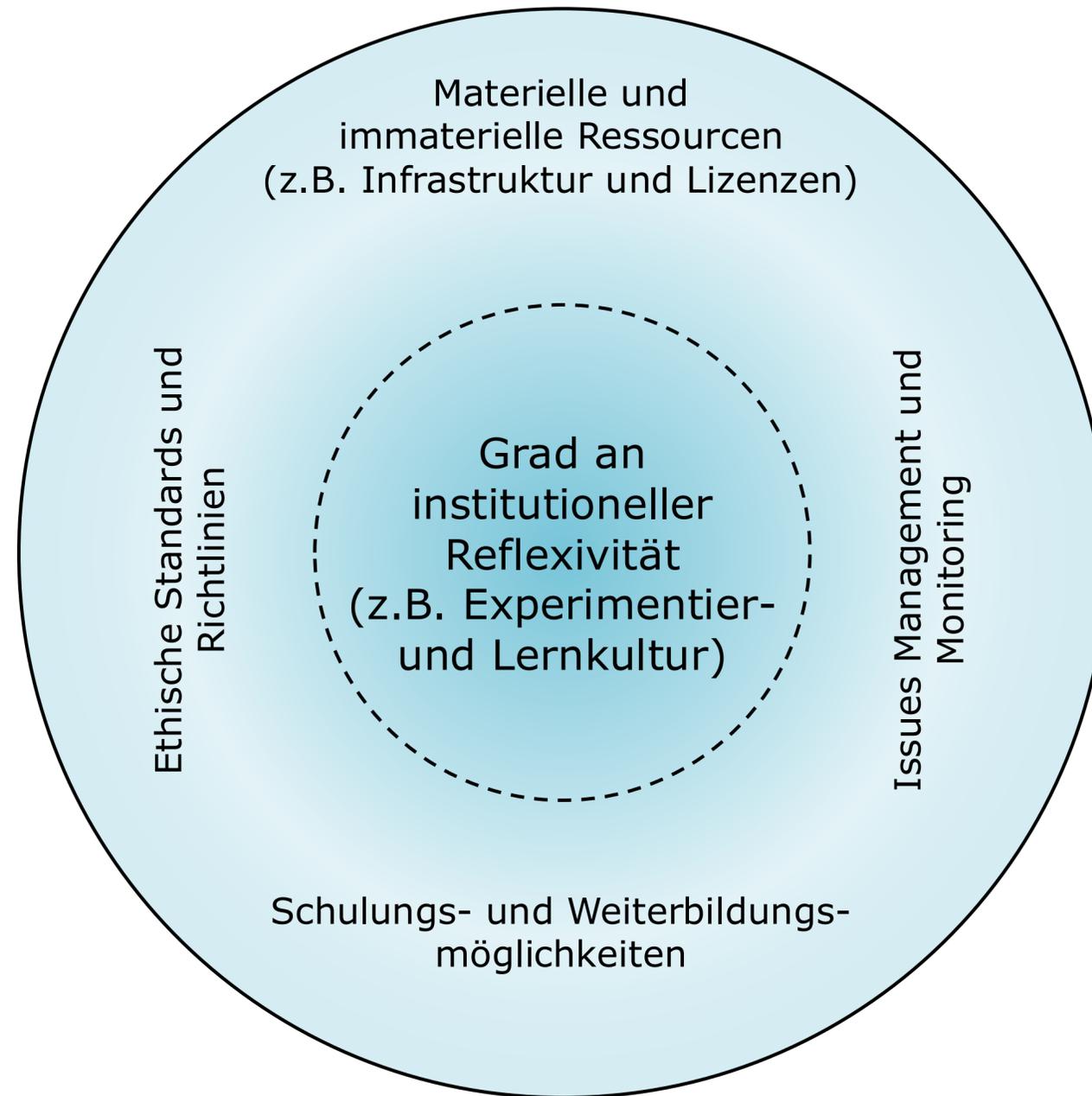
Was bedeutet Generative KI-Literacy?



Individuelle Ebene

Die GKI-Literacy eines einzelnen Mitarbeitenden umfasst dessen allgemeines Handlungsvermögen, dessen Zugang und Umsetzungskompetenz sowie dessen Beurteilungs- und Erkennungskompetenz.

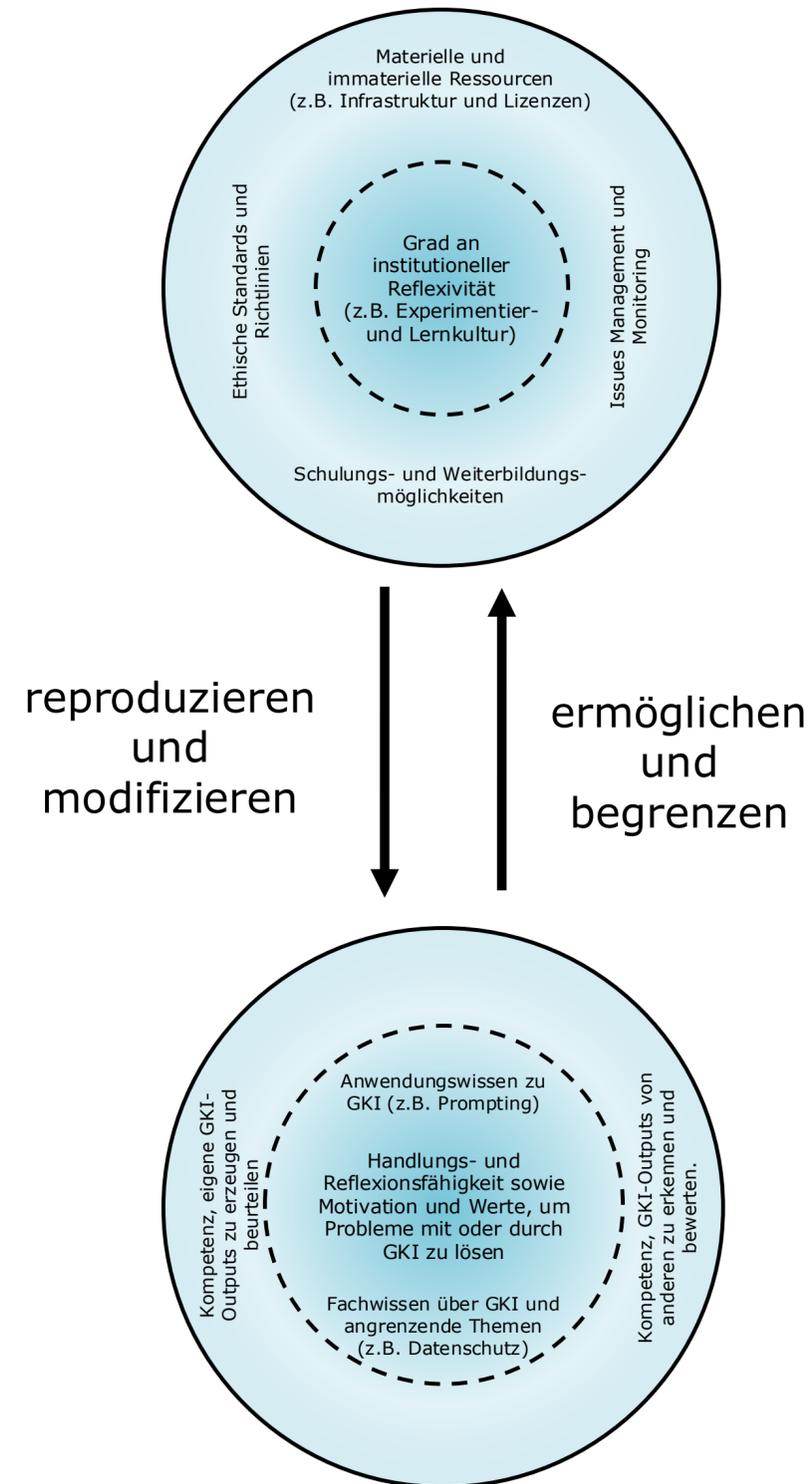
Was bedeutet Generative KI-Literacy?



Organisationsebene

Die GKI-Literacy einer Organisation (bzw. einer Organisationseinheit) umfasst dessen Aufgeschlossenheit und Veränderungsbereitschaft in Bezug auf GKI sowie die diesbezügliche Verfügbarkeit von Weiterbildungen, ethischen Standards und Fachkräften.

Was bedeutet Generative KI-Literacy?



Organisationsebene

Die GKI-Literacy einer Organisation (bzw. einer Organisationseinheit) umfasst dessen Aufgeschlossenheit und Veränderungs-bereitschaft in Bezug auf GKI sowie die diesbezügliche Verfügbarkeit von Weiterbildungen, ethischen Standards und Fachkräften.

Die Strukturen einer Organisation begrenzen und ermöglichen das Verhalten und Handeln der Mitarbeitenden, während diese durch ihr Verhalten und ihre Handlungen die Organisationsstrukturen zugleich reproduzieren und verändern.

Individuelle Ebene

Die GKI-Literacy eines einzelnen Mitarbeitenden umfasst dessen allgemeines Handlungsvermögen, dessen Zugang und Umsetzungskompetenz sowie dessen Beurteilungs- und Erkennungskompetenz.

Bachmann, Stutz, Mohr, Rast, Zeder & Griesser (2024)

Ergebnisse #1: Messung der GKI-Literacy

Einsatz und Nutzung generativer künstlicher Intelligenz in Marketing- und Kommunikations- berufen

Eine Studie des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM



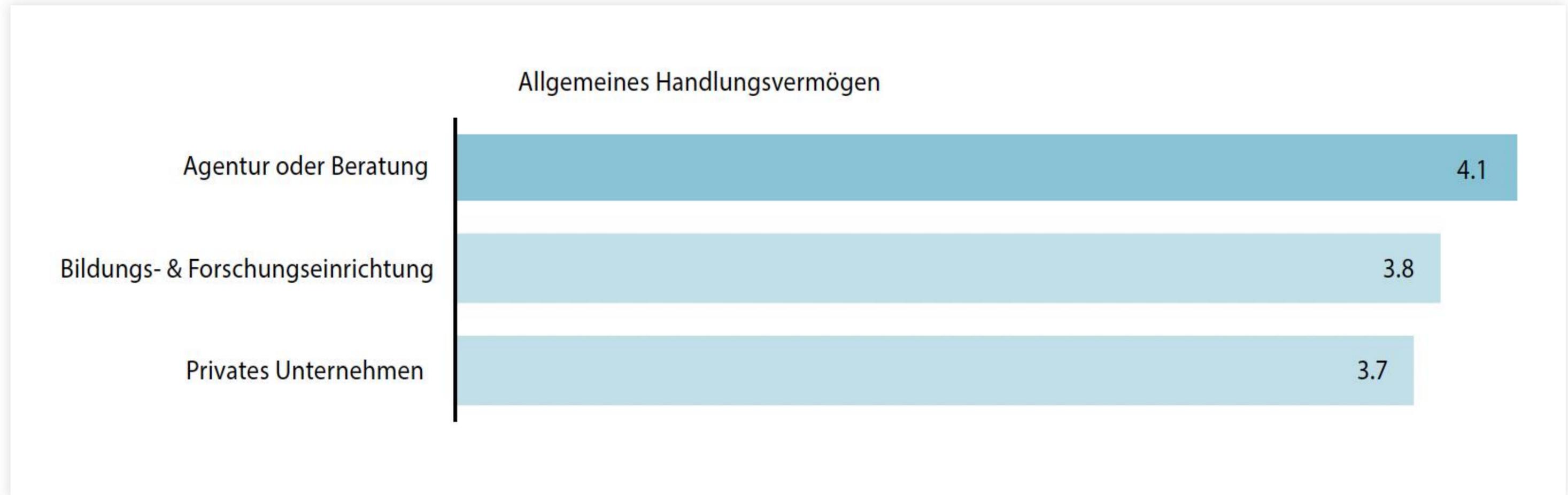
FH Zentralschweiz

[Link zur Studie](#)

Bachmann, Stutz, Mohr, Rast, Zeder, & Griesser (2024)

GKI-Literacy

Personen, die in Agenturen oder in der Beratung arbeiten, schätzen ihr allgemeines Handlungsvermögen im Bereich generative KI am höchsten ein.

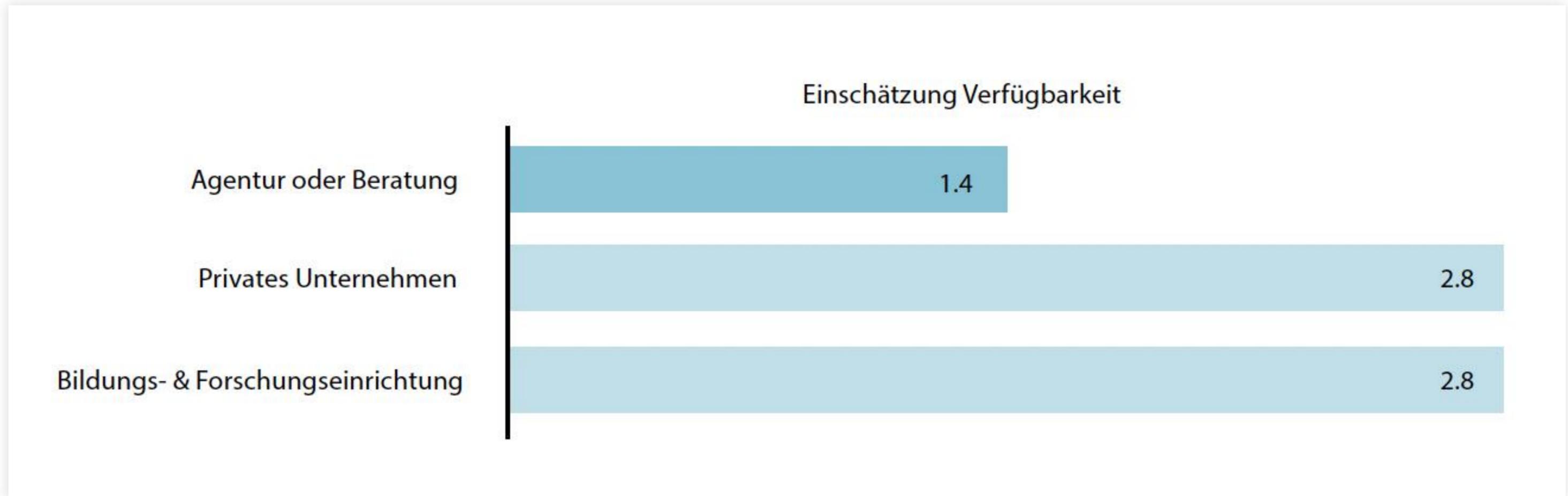


Die Abbildung zeigt die Mittelwerte der Selbsteinschätzung „allgemeines Handlungsvermögen“ nach Organisationsart.

Die Selbsteinschätzung des allgemeinen Handlungsvermögens im Bereich generative KI wurde in der Umfrage über vier separate Items mit jeweils einer Likert-Skala (1-5) gemessen.

GKI-Literacy

Obwohl genau diese Personen ihrem Unternehmen eine hohe Aufgeschlossenheit attestieren, schätzen sie die Verfügbarkeit von Weiterbildungen am tiefsten ein.



Die Abbildung zeigt die Mittelwerte der Einschätzung von Weiterbildungen, ethischen Standards und Fachkräften nach Organisationsart.

Die Einschätzung der Verfügbarkeit von Weiterbildungen, ethischen Standards und Fachkräften im Bereich generative KI wurde in der Umfrage über sieben separate Items mit jeweils einer Likert-Skala (1-5) gemessen.

GKI-Literacy

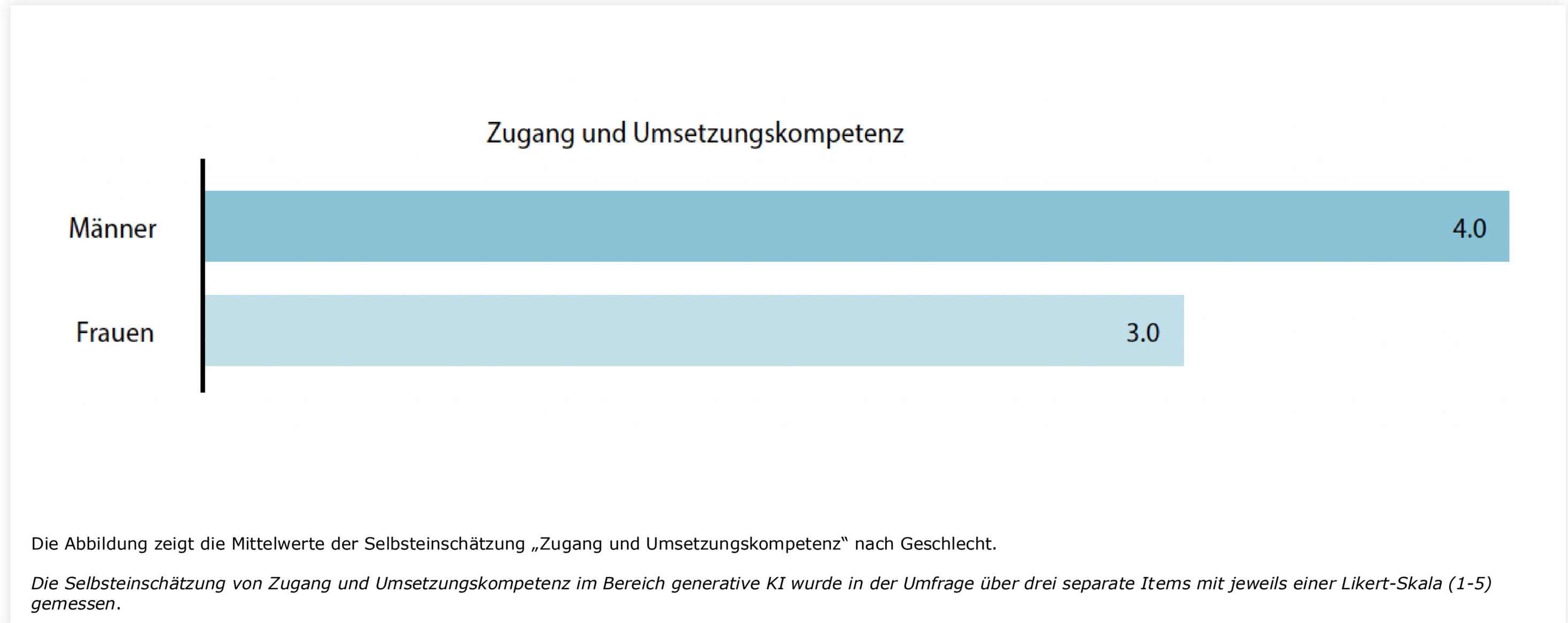
Dieses Ergebnis deckt sich mit Studien, die zeigen, dass Mitarbeitende bereit sind neue Skills aufzubauen, Unternehmen aber noch zu wenig Unterstützung bieten.

Despite 94% of people saying they are ready to learn new skills to work with gen AI,¹² only 5% of organizations are actively reskilling their workforce at scale.¹³

Shook, E. & Daugherty, P. (2024). *Work, Workforce, Workers. Reinvented in the age of generative AI*. Accenture.

GKI-Literacy

Männer schätzen ihre Kompetenzen im Umgang mit generativer KI und den entsprechenden Tools deutlich höher ein als Frauen.



GKI-Literacy

Dieses Ergebnis deckt sich mit anderen Studien, die zeigen: Der *Digital Gender Gap* wird durch GKI-Anwendungen aktuell verstärkt.

«Eine tiefere Selbsteinschätzung in Bezug auf KI-Wissen, Datenschutzbedenken und Vertrauen bei der Nutzung von KI-Tools sowie wahrgenommene wirtschaftliche Risiken und Vorteile, sind bei Frauen stärker ausgeprägt.

Dies spiegelt die Ergebnisse der geschlechtsspezifischen Diskrepanz bei der Nutzung von Technologie im Allgemeinen wider. Frauen sind im Allgemeinen besorgter über die negativen Folgen der gemeinsamen Nutzung von Daten.»

Bachmann, Stutz, Mohr, Rast, Zeder & Griesser (2024)

Ergebnisse #2: Zur Nutzung von GKI

Einsatz und Nutzung generativer künstlicher Intelligenz in Marketing- und Kommunikations- berufen

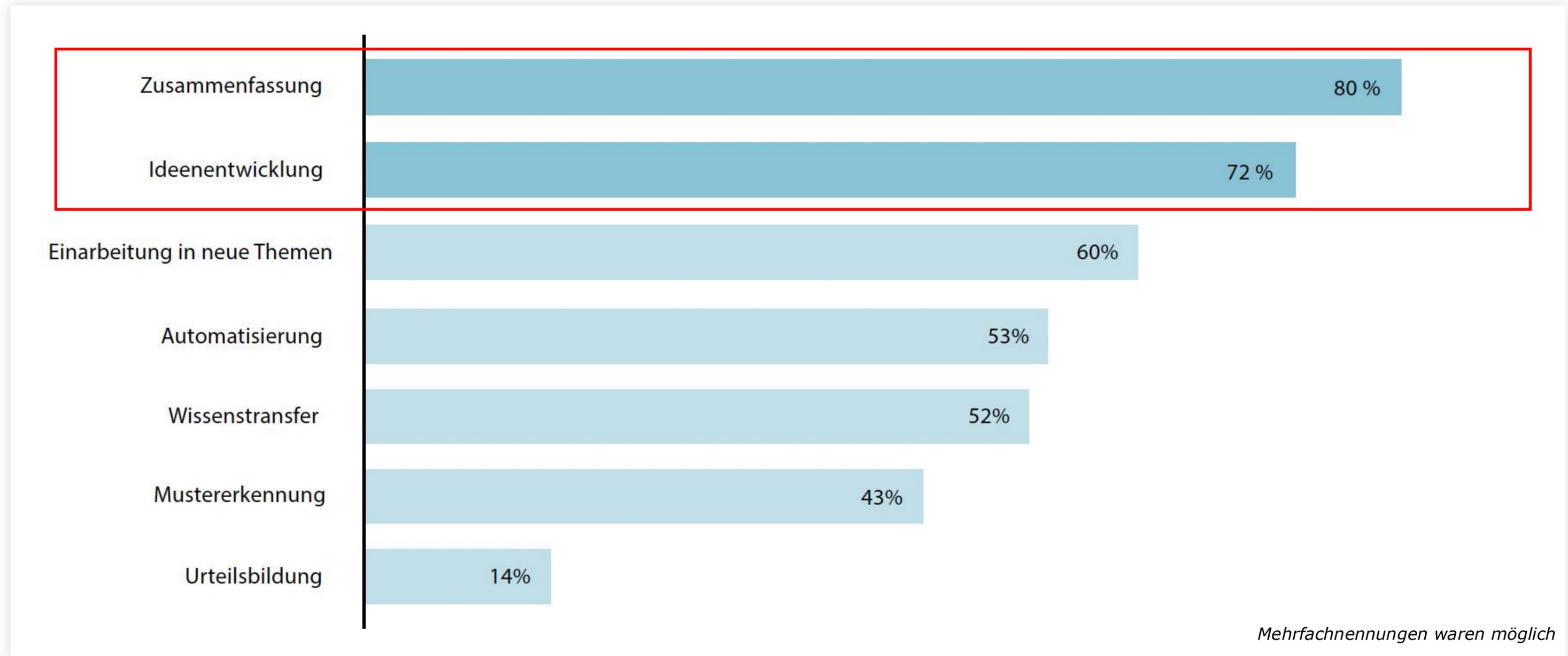
Eine Studie des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM



[Link zur Studie](#)

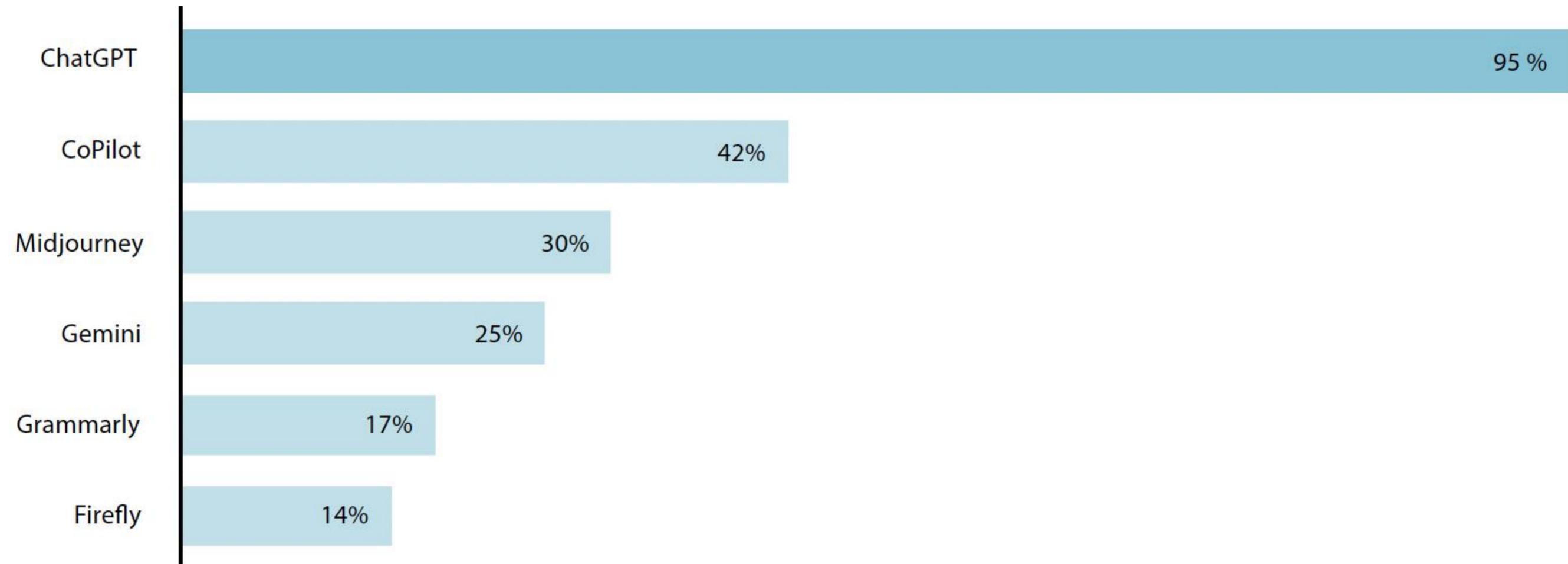
GKI-Nutzung

Die Befragten nutzen generative KI-Tools, um Zusammenfassungen zu erstellen und Ideen zu entwickeln.



GKI-Nutzung

Die Modelle von OpenAI dominieren bei den Befragten. ChatGPT war zum Zeitpunkt der Umfrage die am häufigsten verwendete Anwendung.



Die Verwendungshäufigkeit der GKI-Anwendungen wurde in der Umfrage über ein Item mit einer binären Skala (in den letzten vier Wochen genutzte Ja/Nein) gemessen.

Bachmann, Stutz, Mohr, Rast, Zeder & Griesser (2024)

Ergebnisse #3: Zur Wahrnehmung von Risiken und Herausforderungen

Einsatz und Nutzung generativer künstlicher Intelligenz in Marketing- und Kommunikations- berufen

Eine Studie des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM

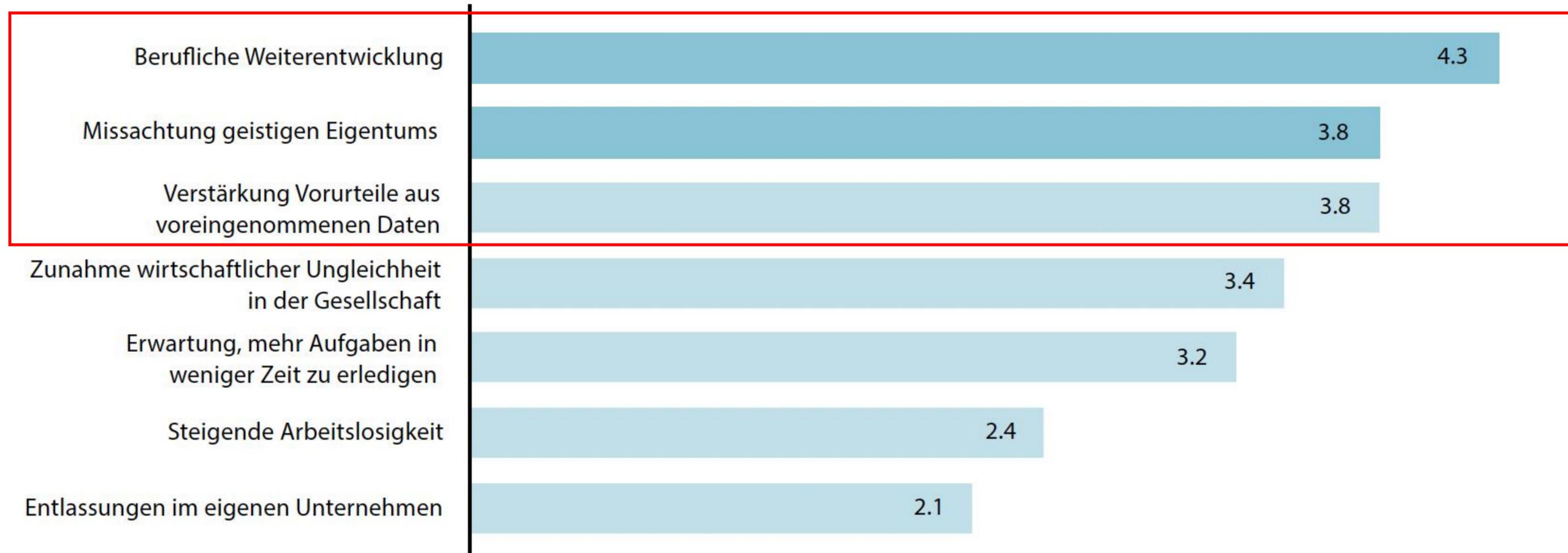
FH Zentralschweiz



[Link zur Studie](#)

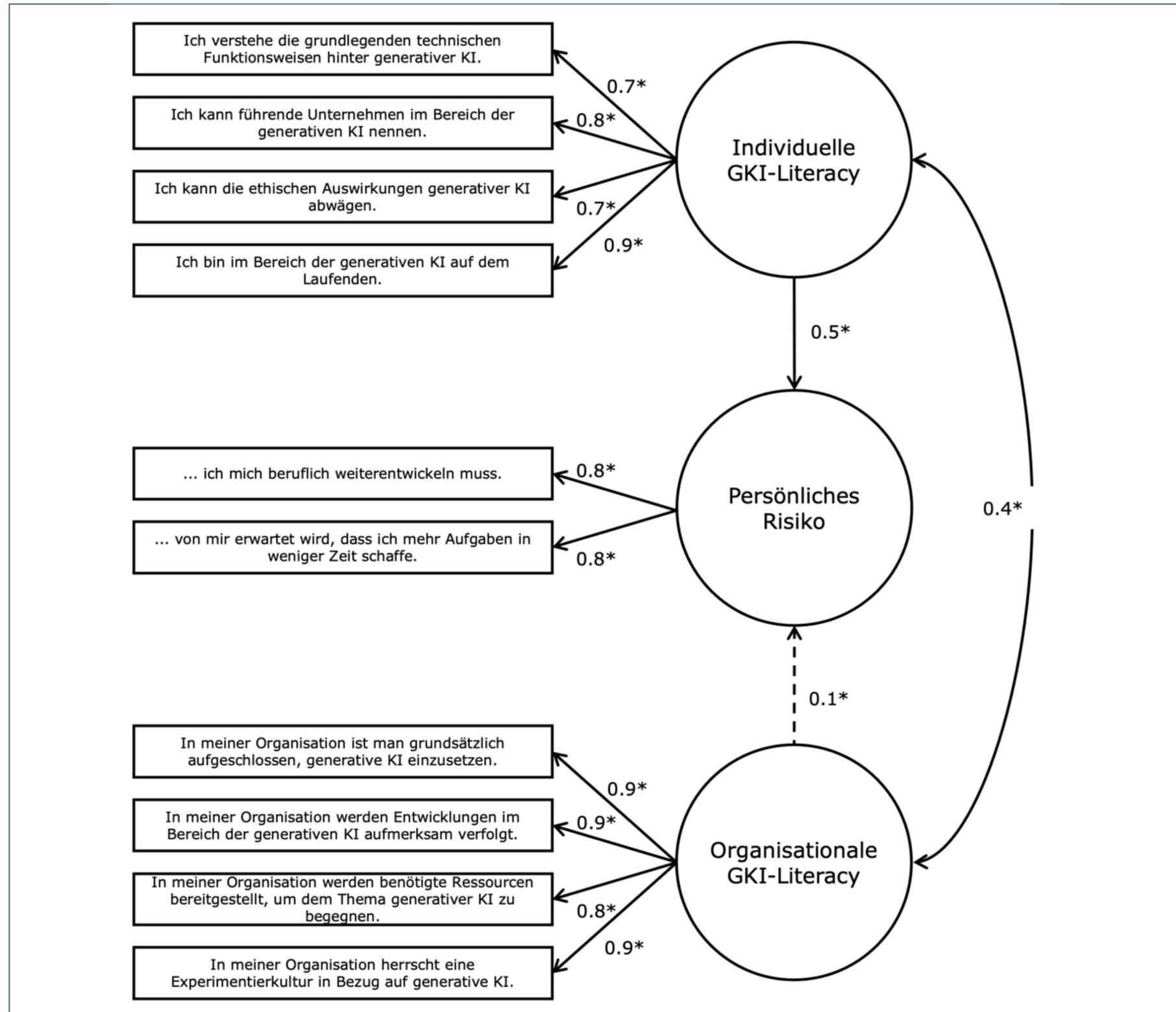
Risiken & Herausforderungen

Die Befragten sorgen sich um gesellschaftliche Auswirkungen von GKI-Nutzung und sehen die Notwendigkeit beruflicher Weiterbildung als Herausforderung.



Die Risikoeinschätzung wurde in der Umfrage über ein Item mit einer Skala von 1-5 (nie, selten, selten, ab und zu, oft, sehr oft, k.A.) gemessen.

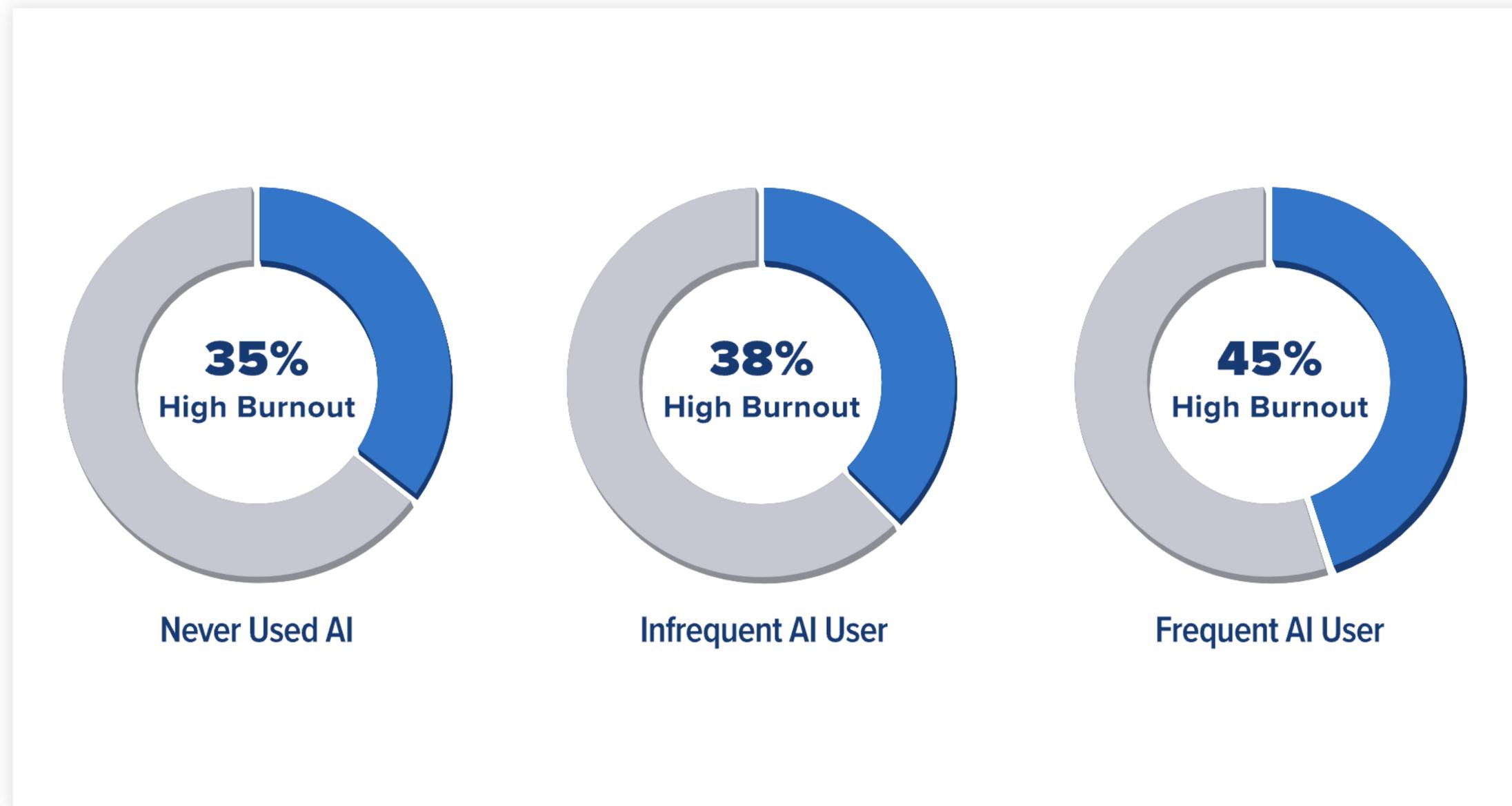
Risiken & Herausforderungen



- Individuelle und organisationale GKI-Literacy stehen in einem positiven Zusammenhang.
- Mit steigender individueller GKI-Literacy wächst das Bewusstsein für persönliche Risiken.

Risiken & Herausforderungen

Je höher die individuelle Literacy, desto höher die Risikoeinschätzung. Je besser das allgemeine Handlungsvermögen, desto stärker der wahrgenommene Anpassungsdruck.



Quelle: Quantum Workplace (2024).

Fazit und Ausblick

Es braucht langfristige Enabling-Strategien
und eine offene Unternehmenskultur

In a Nutshell

Es braucht klare Rahmenbedingungen mit Guidelines, transparente Kommunikation und bedürfnisgerechte Enabling-Konzepte für unterschiedliche Mitarbeitendengruppen.

#1 Rahmenbedingungen

Guidelines für den Einsatz von generativen KI-Anwendungen festlegen: Was ist aktuell erlaubt? Für welche Use Cases? Welche Einschränkungen gibt es? Warum ist es (noch) nicht erlaubt? Welche Haltung haben wir (Reason Why für Einsatz/Nicht-Einsatz)?

#2 Transparente Kommunikation

Auch wenn viele Fragen noch unbeantwortet sind, braucht es eine **transparente, kontinuierliche Kommunikation** mit den Mitarbeitenden. Wo stehen wir im Prozess? Welche Guidelines haben wir? Was machen wir für die Befähigung? Was machen wir strategisch?

#3 T-Shaped-Enabling

Basis-Schulungen und Vermittlung von Basis-Kompetenzen: Vermittlung von Skills, die für alle relevant sind wie bspw. Prompting, Datenschutz, Chancen & Risiken, ethische Rahmenbedingungen. Externe und interne Schulungen sowie spezifische Formate wie bspw. „10 days of“, Prompt Library, Ambassadors-Konzept (Anlaufstelle und Multiplikator:innen)

Schulungen für spezifische Kompetenzen: Vermittlung von Skills, die für gewisse Gruppen und Teams relevant sind wie bspw. spezifische Use Cases für eine Gruppe, technische Fähigkeiten, datenbasiertes Handeln. Externe und interne Schulungen sowie spezifische Formate wie bspw. Teams-Channel, Challenges, Ambassadors-Schulungen etc.

Lust auf mehr #brainfood und #AILiteracy?

WBK «Generative KI für Marketing»

- Grundlegende KI-Konzepte und Funktionsweisen
- Generative KI-Tools für Marketing und Kommunikation
- Generative KI-Strategien und Organisation
- Ethische, soziale und rechtliche Rahmenbedingungen für generative KI

Start: 9. Mai 2025

Herbst: 24. Oktober 2025

Kurs über 8 Wochen, 8 Tage Unterricht plus Selbststudium, Abschlussarbeit, 5 ECTS-Punkte

Anmeldung und Informationen unter:
hslu.ch/gki

WBK «KI Recht und Ethik in der Kundenbeziehung»

- Rechtliche Rahmenbedingungen u.a. EU AI Act, DSGVO und Urheberrecht
- Ethische Prinzipien u.a. Diskriminierungen, Dilemmas und Dark Patterns
- Explainable AI und Implementierung von Leitlinien

Start: 29. August 2025

Kurs über 8 Wochen, 8 Tage Unterricht plus Selbststudium, Abschlussarbeit, 5 ECTS-Punkte

Details folgen – bei Interesse könnt ihr euch via E-Mail melden: ikm@hslu.ch

NEU

Lust auf mehr #brainfood und #AILiteracy?

NEU

2-tägiger Fachkurs «Generative Künstliche Intelligenz in Kommunikation und Marketing»

Dienstag / Mittwoch 25./26. März 2025
Dienstag / Mittwoch 20./21. Mai 2025

Anmeldung und Informationen unter:
[Fachkurs Generative KI in Kommunikation und Marketing](#)

2-tägiger Fachkurs «SEO, Search und generative KI»

Lancierung ab April 2025

Bei Interesse oder Fragen:
ikm@hslu.ch
nadine.stutz@hslu.ch

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Hochschule Luzern

Wirtschaft

Institut für Kommunikation und Marketing IKM

Prof. Dr. Philipp Bachmann

Professor für Kommunikationswissenschaft

CC Business Communication

T direkt +41 41 228 41 12

philipp.Bachmann.01@hslu.ch

Dr. Nadine Stutz

Dozentin Digital Communication und generative KI

CC Communication Management

T direkt +41 41 228 99 66

nadine.stutz@hslu.ch

Quellenverzeichnis

Aldasoro, I., Armantier, O. Doerr, S., Gambacorta, L. & Oliviero, T. (Juli 2024). The gen AI gender gap. BIS Working Papers No 1197.

Bachmann, P., Stutz, N., Mohr, S., Rast, V., Zeder, R. & Griesser, S. (2024). Einsatz und Nutzung generativer künstlicher Intelligenz in Marketing- und Kommunikationsberufen. Eine Studie des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM.

Otis, N., Cranney, K., Delecourt, S. & Koning, R. (2024). Global Evidence on Gender Gaps and Generative AI. Harvard Business School Working Paper, No. 25-023, October 2024.

Proust, M. (1913). Auf der Suche nach der verlorenen Zeit.

Quantum Workplace (2024). Burnout is More Than Just Stress.

Rosa, H. (2013). Beschleunigung und Entfremdung. Entwurf einer kritischen Theorie spätmoderner Zeitlichkeit. Suhrkamp Verlag.

Shook, E. & Daugherty, P. (2024). Work, Workforce, Workers. Reinvented in the age of generative AI. Accenture.

Anhang

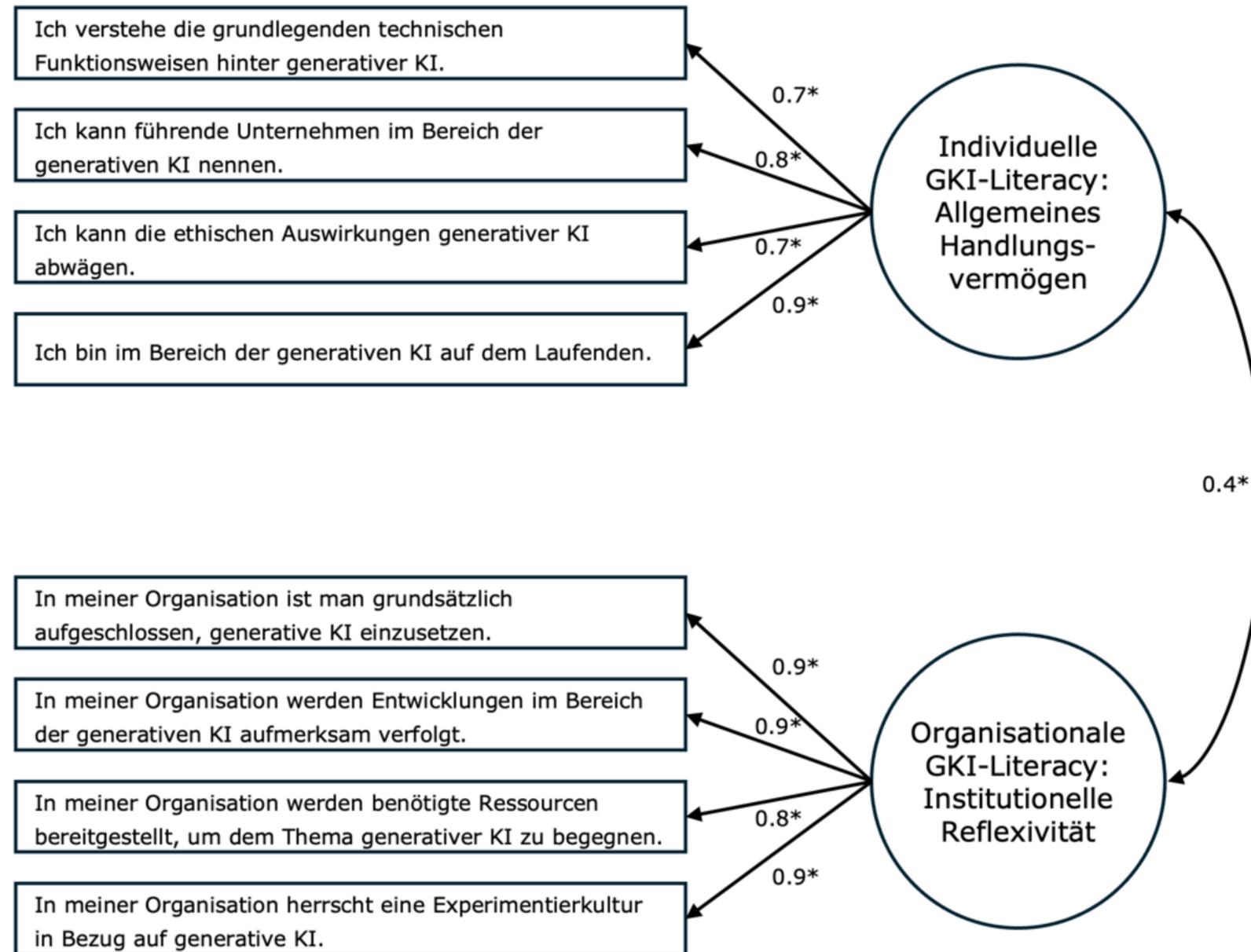
Zur Messung der individuellen GKI-Literacy

Dimension	Item	Faktor			Kom.
		1	2	3	
1. Allgemeines Handlungs- und Reflexionsvermögen	Ich verstehe die grundlegenden technischen Funktionsweisen hinter generativer KI.	0.8	0.0	0.0	0.6
	Ich kann führende Unternehmen im Bereich der generativen KI nennen.	0.8	-0.1	0.0	0.6
	Ich kann die ethischen Auswirkungen generativer KI abwägen.	0.7	-0.1	0.1	0.5
	Ich bin mir Datenschutzrisiken bewusst, die mit generativer KI verbunden sind.	0.5	0.1	0.1	0.4
	Ich bin im Bereich der generativen KI auf dem Laufenden.	0.7	0.3	0.0	0.8
2. Zugang und Umsetzungskompetenz	Ich habe Zugriff auf Generative-KI-Anwendungen, die ich benötige.	-0.2	0.9	0.1	0.6
	Ich kann Generative-KI-Anwendungen bedienen, um gewünschte Outputs zu erzeugen.	0.2	0.7	-0.1	0.7
	Ich kann die Qualität von Outputs beurteilen, die ich mit Generative-KI-Anwendungen erstellt habe.	0.2	0.5	0.0	0.5
3. Beurteilungs/Erkennungskompetenz	Ich kann meist sicher beurteilen, ob ein Text, Bild oder Video mit Hilfe generativer KI erzeugt wurde.	-0.1	0.1	1.0	1.0
	Ich habe meist ein gutes Gespür, ob ein Text, Bild oder Video mit Hilfe generativer KI erzeugt wurde.	0.3	-0.1	0.6	0.5

Messung der organisationalen GKI-Literacy

Dimension	Item	Faktor		Kom.
		1	2	
1. Institutionelle Reflexivität	In meiner Organisation ist man grundsätzlich aufgeschlossen, generative KI einzusetzen.	0.8	0.5	0.7
	In meiner Organisation werden Entwicklungen im Bereich der generativen KI aufmerksam verfolgt.	0.9	0.6	0.8
	In meiner Organisation werden benötigte Ressourcen bereitgestellt, um dem Thema generativer KI zu begegnen.	0.8	0.6	0.6
	Meine Organisation ist grundsätzlich bereit, sich mit den Auswirkungen von generativer KI auf sich selbst auseinanderzusetzen.	0.9	0.6	0.8
	In meiner Organisation herrscht eine Experimentierkultur in Bezug auf generative KI.	0.9	0.6	0.7
	Meine Organisation verfügt über die notwendige technische Infrastruktur, um Generative KI-Anwendungen zu nutzen.	0.7	0.6	0.5
	Meine Organisation verfügt über notwendige Lizenzen, um Generative-KI-Anwendungen zu nutzen.	0.7	0.6	0.5
2. Ethische Standards, Weiterbildung und Fachkräfte	Meine Organisation hat festgelegte ethische Standards, wenn es um Generative-KI-Anwendungen geht.	0.5	0.6	0.4
	Meine Organisation bietet Schulungsangebote, um Mitarbeitende im Umgang mit Generative-KI-Anwendungen weiterzubilden.	0.6	0.7	0.5
	Meine Organisation verfügt über eigene Fachkräfte für Generative-KI-Anwendungen.	0.5	0.9	0.8
	In meiner Organisation habe ich Zugang zu Fachkräften für Generative-KI-Anwendungen.	0.6	0.9	0.8

Prägen die Handlungen der Mitarbeitenden die Organisationskultur oder prägt die Organisationskultur die Handlungen der Mitarbeitenden?



Einstellungen gegenüber GKI-Anwendungen

Dimension	Item	Faktor		Kom.
		1	2	
1. Kognitiv-funktionale und affektiv-expressive Dimension	... ist eine Anwendung, der ich vertraue.	0.7	-0.1	0.5
	... funktioniert zuverlässig.	0.8	0.0	0.6
	... spart viel Zeit.	0.8	0.1	0.6
	... liefert nützliche Ergebnisse.	0.9	0.0	0.7
	... nutze ich gerne.	0.8	0.0	0.7
	... ist sympathisch.	0.7	-0.1	0.7
	... ist faszinierend.	0.6	0.3	0.5
2. Kognitiv-soziale Dimension	... neigt zu diskriminierenden Ergebnissen.	0.1	0.7	0.5
	... ist moralisch bedenklich.	-0.1	0.9	0.7
	... ist ethisch bedenklich.	-0.1	0.9	0.8

Items und Dimensionen zur Beurteilung von GKI-Anwendungen

KI-Tool	n	Vertrauen (1 Item)	Kognitiv-funktionale Dimension (3 Items)	Kognitiv-soziale Dimension (3 Items)	Affektiv-emotionale Dimension (3 Items)
ChatGPT	126	3.0 (1.0)	3.9 (0.7)	2.7 (0.8)	4.0 (0.7)
CoPilot	55	3.0 (1.3)	3.1 (1.2)	2.2 (1.1)	3.1 (1.2)
Gemini	33	2.9 (1.3)	3.2 (1.4)	2.2 (1.2)	3.3 (1.4)
Midjourney	27	3.2 (0.9)	3.1 (0.8)	2.8 (0.9)	3.8 (0.8)

Prägen die Handlungen der Mitarbeitenden die Organisationskultur oder prägt die Organisationskultur die Handlungen der Mitarbeitenden?

