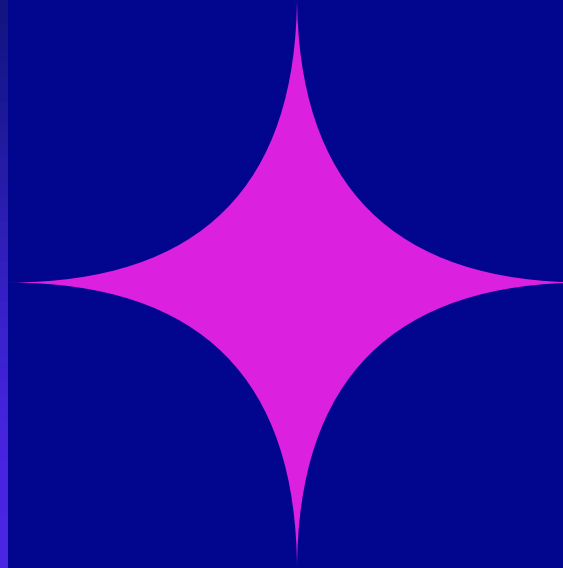


Eine Studie des Masterstudiengangs
Digital Business Communications

Künstliche Intelligenz in der IR

Februar 2024



- 01 **Zur Studie**
- 02 **Wissen zu KI**
- 03 **Einsatzmöglichkeiten in der IR und Tools**
- 04 **Potenziale und Herausforderungen**
- 05 **Praxis-Tipps für die Kennzeichnung von KI & ChatGPT Prompts**
- 06 **Die Rolle der KI in Zukunft**
- 07 **Takeaways und Call to Action**
- 08 **Experteninterviews**

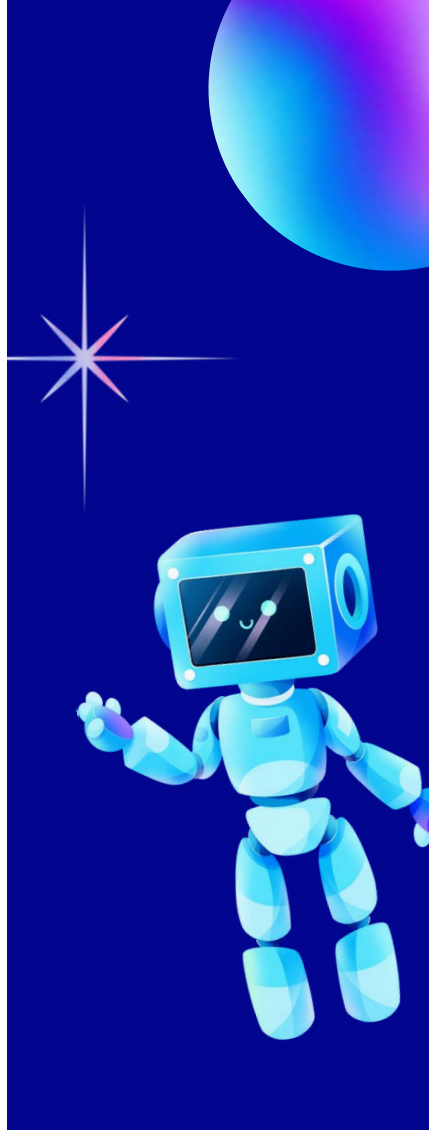
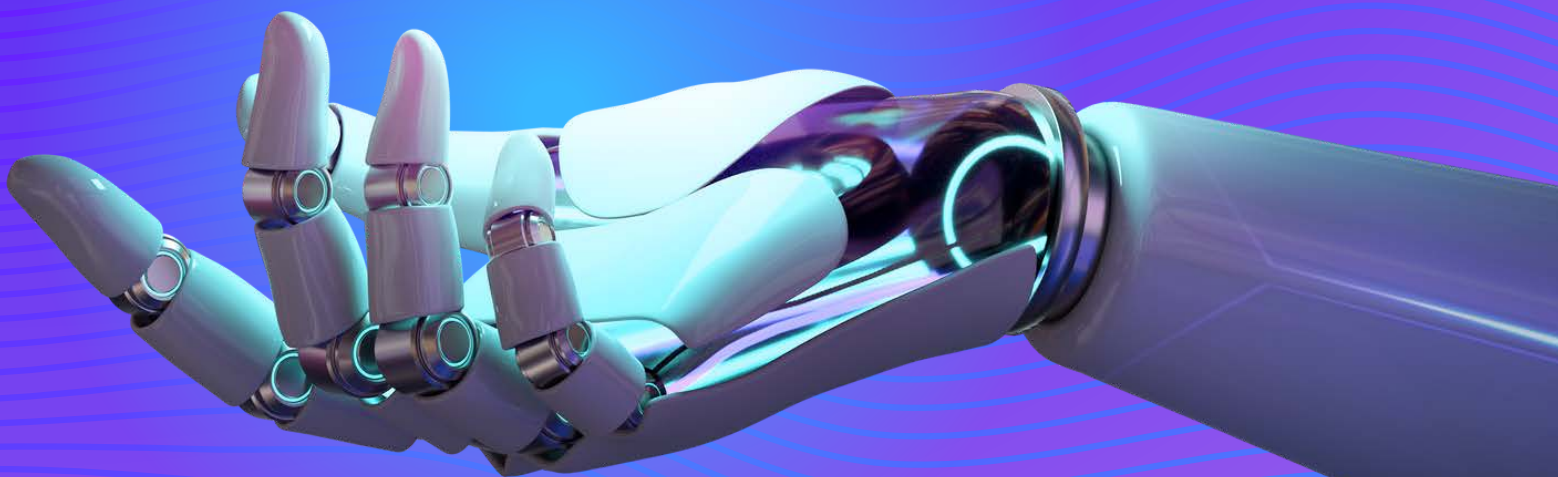


TABLE OF CONTENTS





MONIKA
KOVAROVA-SIMECEK
FH ST. PÖLTEN

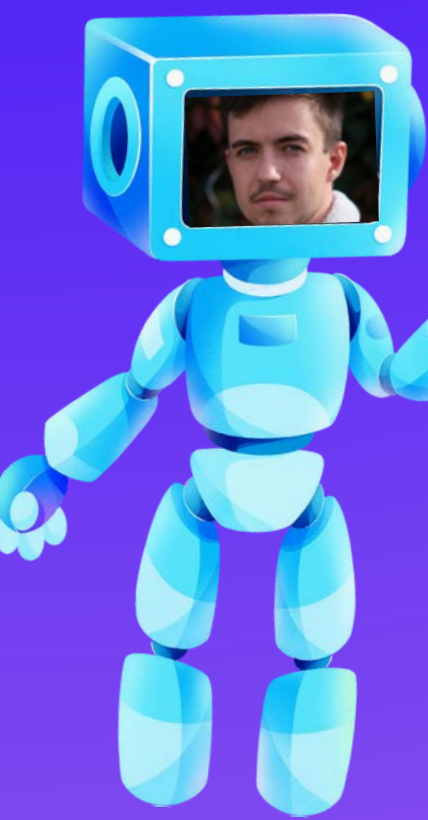


JULIA STOETZEL
JUNICORN CONSULTING

DAS TEAM

- FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek
Studiengangsleitung des Masterstudiengangs
Digital Business Communications in St. Pölten,
- Yasemin Winter
- Iman Suleymanova
- Hanna Nemeth
- Ida Wührer
- Katja Haunold
- Leon Hollogschwandtner

Die Studie wurde durchgeführt in Kooperation mit junicorn consulting.



ZUR STUDIE

Künstliche Intelligenz ist gekommen, um zu bleiben. Die vorliegende Studie gibt einen umfassenden Einblick in die Nutzung von **Künstlicher Intelligenz (KI) in den Investor Relations (IR)**.

Welchen Fragen sind wir nachgegangen?

- Bei welchen **Aufgaben** und mit welchen **Tools** kann KI in der IR unterstützen?
- Welche **Risiken** birgt KI in der IR und wie können sie am besten gemanagt werden?
- Wie schätzen Expert*innen das **Potenzial von KI** in den IR ein?
- Wie verbreitet ist KI in den IR und wie schätzen IR-Professionals ihr **KI-Wissen** ein?
- Wie können sich IR-Professionals am besten auf eine **Zukunft mit KI** vorbereiten?

#PRAXISTIPP

Abgeleitet aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie werden in diesem Booklet auch Tipps für die Nutzung von KI in der IR-Praxis gegeben. Zum einen finden Sie in Kapitel 7 eine kurze **Prompting-Anleitung** für textbasierte, generative KI-Tools, wie ChatGPT, und zum anderen einen **Leitfaden zur Kennzeichnung** von KI-Nutzung in der Kommunikation.

Außerdem finden sich auf [Seite 17](#) interessante Quellen, um das eigene KI-Wissen zu boosten.



**Quantitative
Online-Befragung**



**Zeitraum:
7.12.23 – 20.01.24**



**Grundgesamtheit:
IR-Manager*innen von
253 börsennotierten
Unternehmen
im DACH-Raum (DAX,
MDAX, SDAX, SMI
Expanded, Prime Market
der Wiener Börse)**

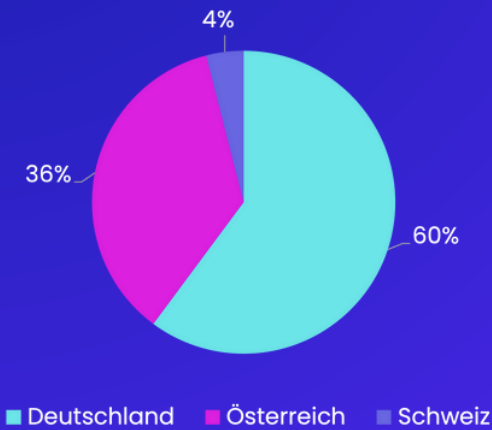


**Rücklauf gesamt:
34 % (86 Antworten)**

Rücklauf nach Ländern:
Deutschland: 60%
Österreich: 36%
Schweiz: 4%

DIE ERGEBNISSE AUF EINEM BLICK

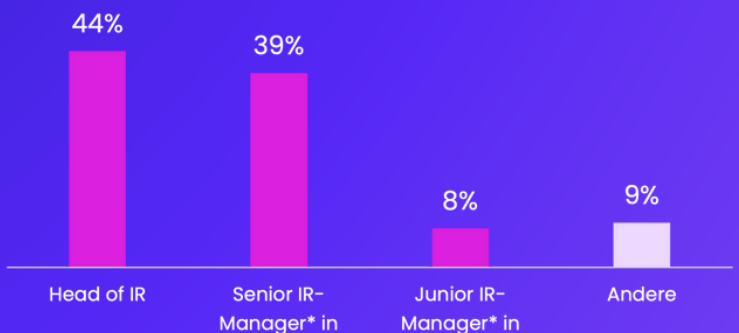
Wo hat Ihr Unternehmen seinen Hauptsitz? (n=86)



Das Sample setzte sich aus den IR-Manager*innen von 253 börsennotierten Unternehmen im DACH-Raum aus den folgenden Aktienindizes zusammen:

DAX, MDAX, SDAX, SMI Expanded, ATX Prime Market der Wiener Börse

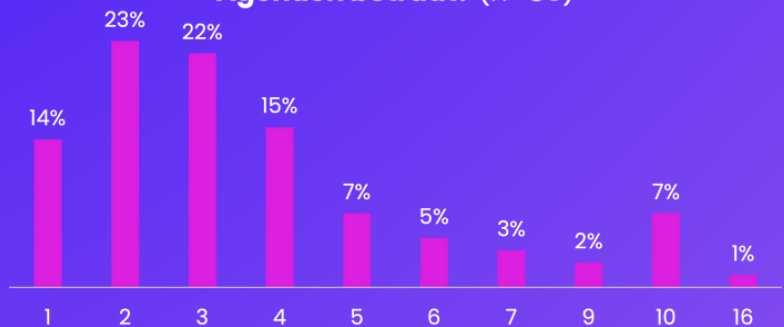
Wie würden Sie Ihre aktuelle Position am besten beschreiben? (n=89)



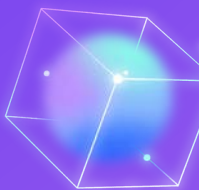
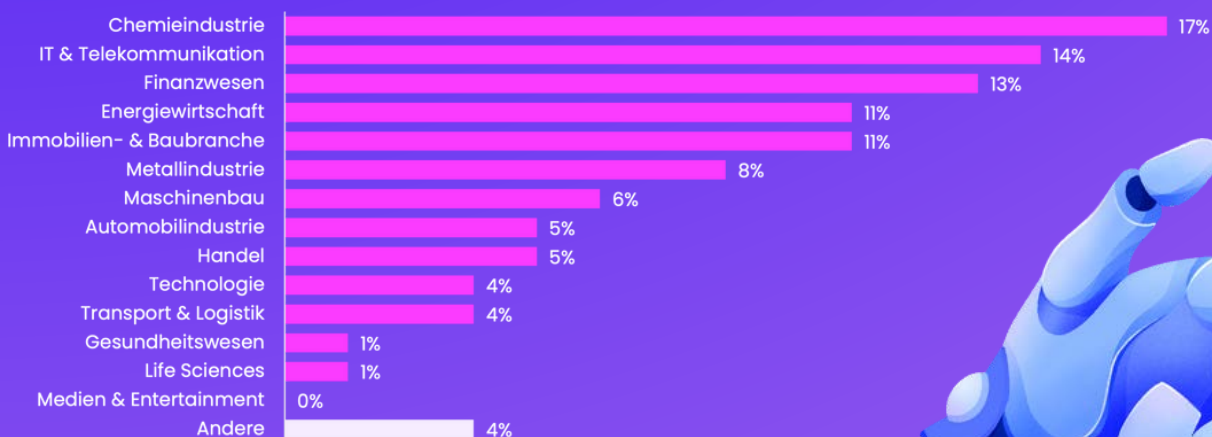
Wie hoch ist die Marktkapitalisierung Ihres Unternehmens? (n=86)



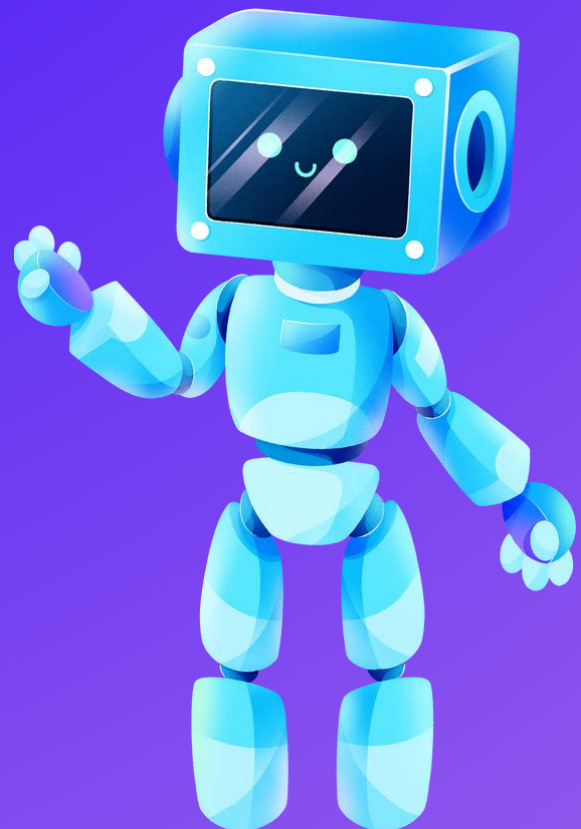
Wie viele Personen (VZÄ) sind in Ihrem Unternehmen mit Investor Relations Agenden betraut? (n=86)



Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an? (n=83)



EXPERTISE IN KÜNSTLICHER INTELLIGENZ: WO STEHT DIE IR- COMMUNITY?



JUST KI IT!

Die Rolle der Künstlichen Intelligenz (KI)

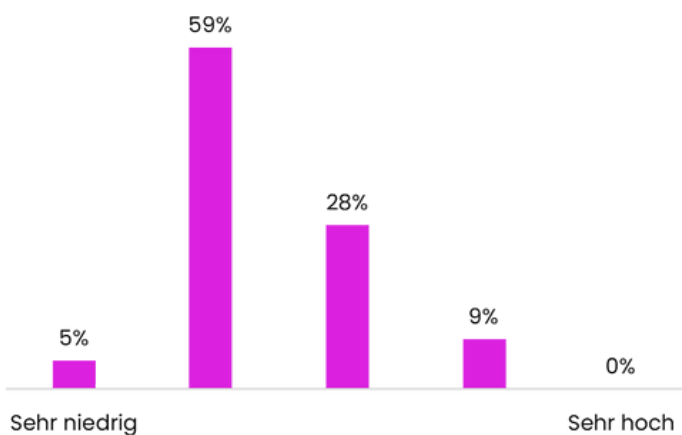
gewinnt in der Welt der Investor Relations (IR) zunehmend an Bedeutung, doch scheint das Wissen in diesem speziellen Bereich noch ausbaufähig zu sein. Unsere jüngste Umfrage offenbart ein aufschlussreiches Bild der Selbstwahrnehmung von IR-Fachleuten in Bezug auf ihr Verständnis für KI:

WISSEN ZU KI

Ein Blick auf die Zahlen zeigt, dass eine klare Mehrheit von 59% der Befragten ihr Wissen über Künstliche Intelligenz als niedrig empfindet, wobei 5% sich sogar als sehr schlecht informiert betrachten und 28% ihr Wissen als unzureichend einstufen. Auf der positiveren Seite sehen 9% der IR-Professionals ihr Verständnis von KI als gut an, während bemerkenswerterweise niemand das eigene Wissen als sehr gut beschreibt. Diese Ergebnisse spiegeln wider, wie IR-Manager*innen sich selbst in Bezug auf die technologische Kompetenz einordnen und werfen ein Licht auf die Wissenslücken, die es in diesem schnelllebigen und technologiegetriebenen Bereich zu schließen gilt.

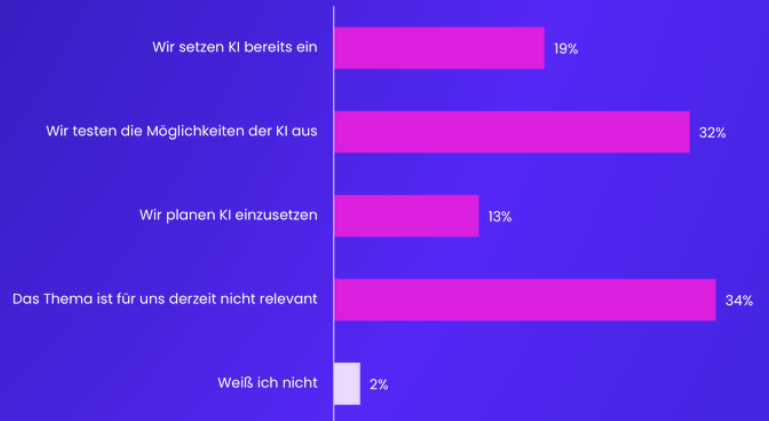
Wie schätzen Sie Ihr Wissen zur Künstlichen Intelligenz (KI) ein?

(n = 82)



NUTZUNG VON KI

Setzen Sie KI-Technologien oder KI-Tools in Investor Relations bereits ein? (n = 85)



Bei der Implementierung der KI in der IR lässt sich eine ähnliche Diversität feststellen. 19% der Befragten nutzen bereits KI-Technologien in ihrer Arbeit, während 32% aktuell die Möglichkeiten, die KI bietet, erkunden oder testen. Weitere 13% haben konkrete Pläne, KI in naher Zukunft zu implementieren. Gleichzeitig sieht ein Drittel der IR-Professionals, genau 34%, keine Relevanz von KI für ihre aktuellen Aufgaben. Nur sehr wenige (2%) sind noch unsicher über den Status oder die Pläne ihres Unternehmens bezüglich der Nutzung von KI.



ANWENDUNGSKONTEXTE VON KI

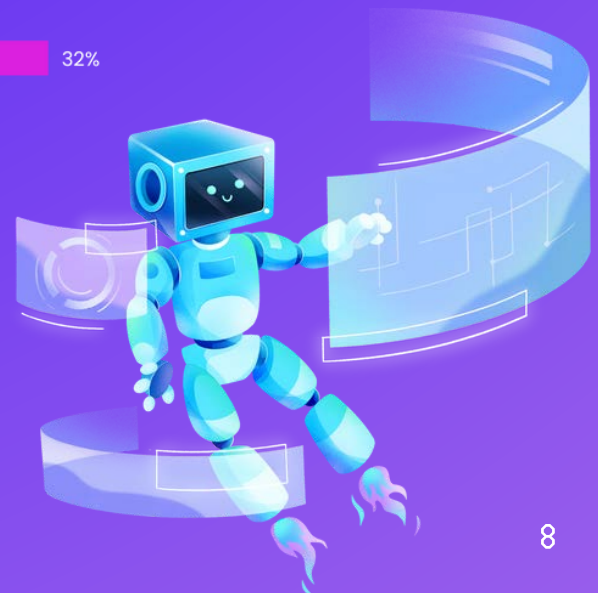
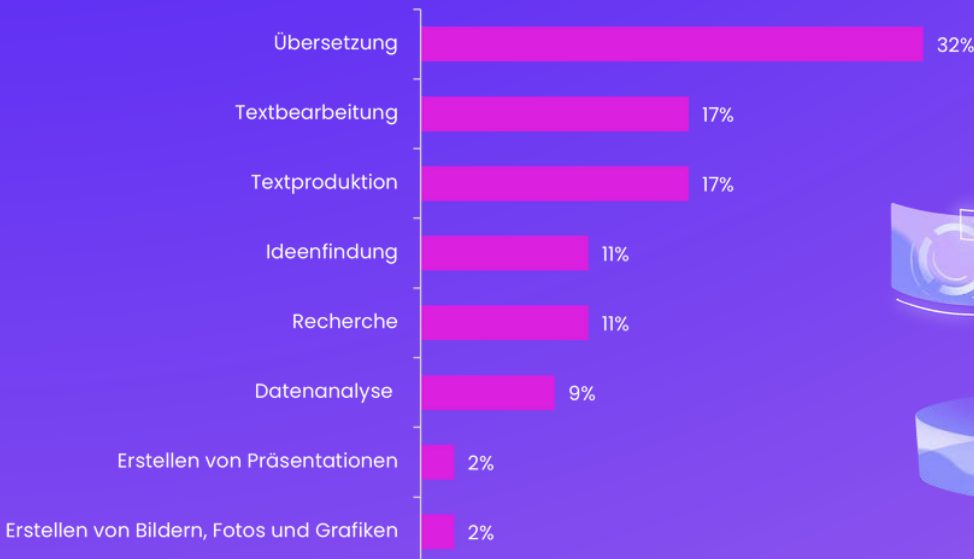
IR-Abteilungen nutzen KI vordergründig für die Erstellung von **Inhalten für Berichte** (24%). 18% verwenden KI für das **Verfassen von E-Mails** und ebenso viele für die Erstellung von Inhalten für **IR-Webseiten**. Für die Erstellung von **Präsentationen** nutzen 15% KI, während 12% KI für die Erstellung von IR-bezogenen **Social-Media-Beiträgen** einsetzen. Weitere Anwendungen umfassen die Erstellung von **Newslettern**, das **Projektmanagement** und **Ad-Hoc Meldungen**. Interessanterweise nutzt noch niemand KI für **IR-Chatbots**. 6% der Befragten gaben an, nicht sicher zu sein, welche Tools genau genutzt werden.

In welchen Kontexten nutzen Sie bereits KI in der IR? (n = 16)

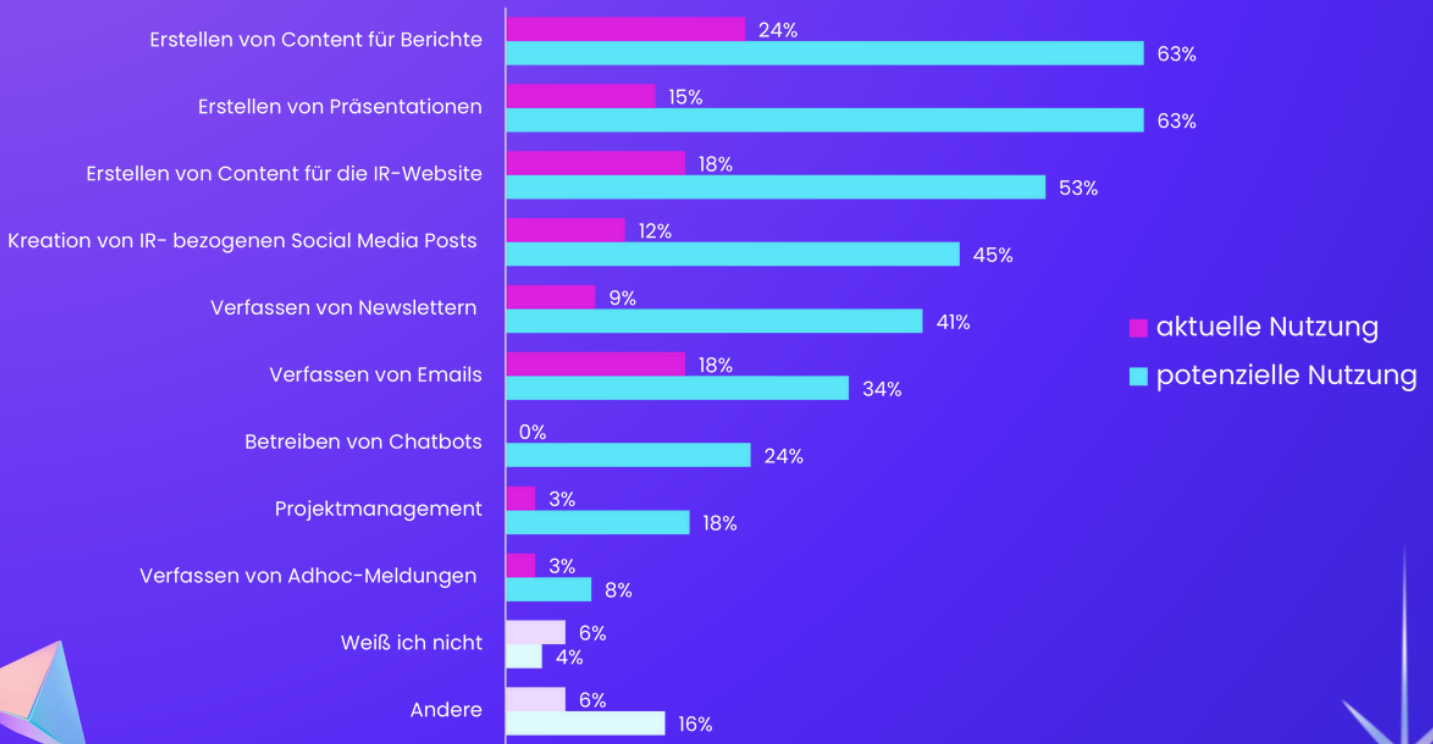


KI-Tools werden in der IR aktuell hauptsächlich für **Übersetzungen** (32%) und zur **Textbearbeitung** bzw. **Textproduktion** (je 17%) eingesetzt. Von 11% der Befragten wird KI zur **Ideenfindung** und **Recherche** herangezogen. Weniger verbreitet ist die Anwendung von KI bei der **Datenanalyse** (9%) und zur Erstellung von **Präsentationen** (2%). Bemerkenswert ist hier außerdem, dass nur 2% der Befragten beim Erstellen von **Bildern, Fotos und Grafiken** auf KI-Tools zurückgreifen.

Für welche Tätigkeiten nutzen Sie KI-Anwendungen in der IR? (n = 16)



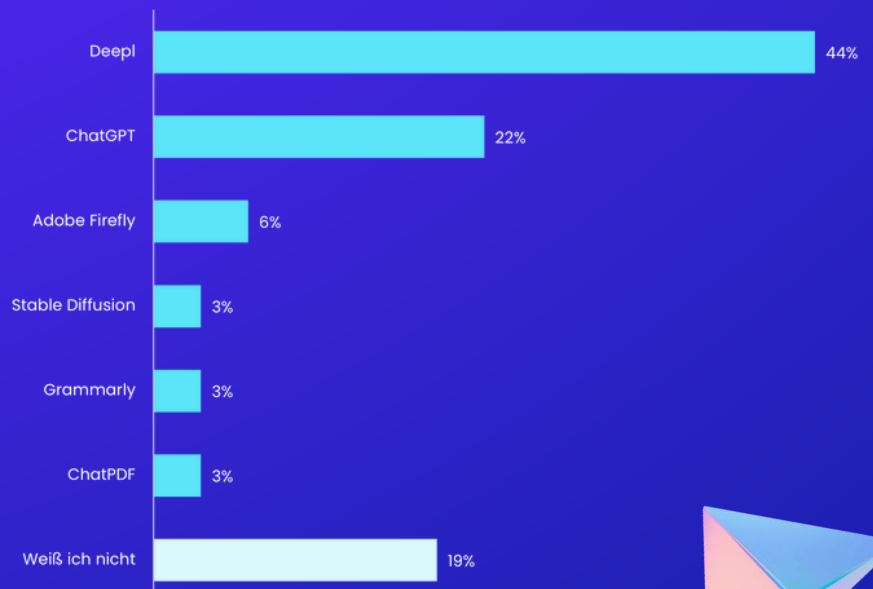
In Bezug auf die **aktuelle und potenzielle Nutzung von Künstlicher Intelligenz (KI)** in der Investor Relations offenbaren sich markante Unterschiede. Während derzeit lediglich 24% der Befragten KI für die **Erstellung von Berichtsinhalten** einsetzen, können sich weit mehr (63%) vorstellen, KI künftig in diesem Kontext zu nutzen. Ähnlich zeigt sich ein beträchtlicher Unterschied bei der **Erstellung von Präsentationen**, wo aktuell nur 15% auf KI zurückgreifen, jedoch bemerkenswerte 63% das Potenzial der KI erkennen. Gleiches gilt für die Nutzung von KI bei der **Erstellung von Inhalten für IR-Websites**: Hier setzen momentan nur 18% auf KI, doch beeindruckende 53% können sich vorstellen, auch hier KI in Zukunft verstärkt einzusetzen. Besonders hervorzuheben ist, dass derzeit kein Unternehmen KI für **Chatbots in der IR** verwendet, jedoch 24% angeben, sich dies in Zukunft vorstellen zu können.



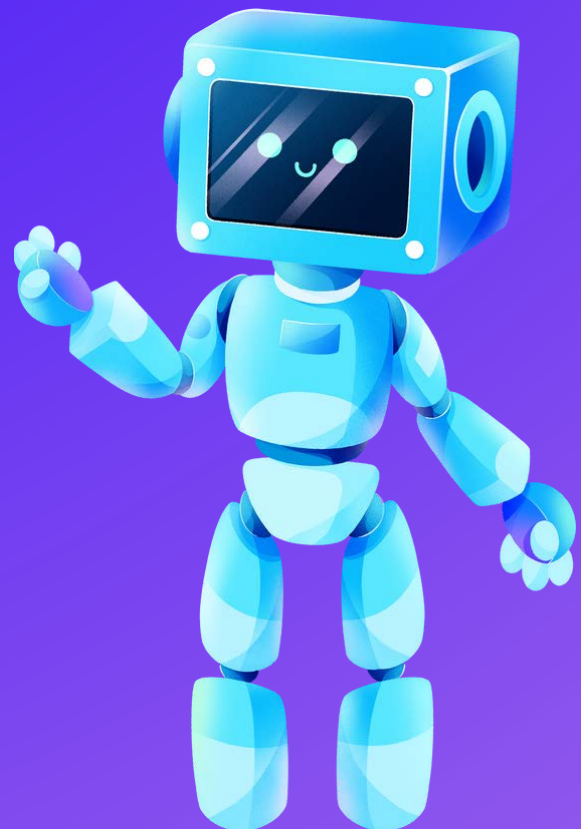
EINSATZ VON KI-TOOLS

Von 16 abgefragten KI-Tools werden in der IR aktuell nur 6 genutzt. Am häufigsten kommt **DeepL** zum Einsatz (44%), gefolgt von **ChatGPT** (22%). Andere bekannte Tools sind **Adobe Firefly** und **Stable Diffusion**, **Grammarly** und **ChatPDF**. 19% der Befragten können keine klare Aussage darüber treffen, welche Tools verwendet werden. Weitere bekannte KI-Tools wie DALL-E, Midjourney, Jasper AI und Canva Magic werden nicht genutzt.

Welche KI-Tools setzen Sie in der IR bereits ein? (n = 16)



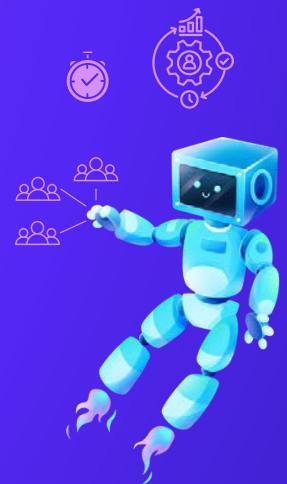
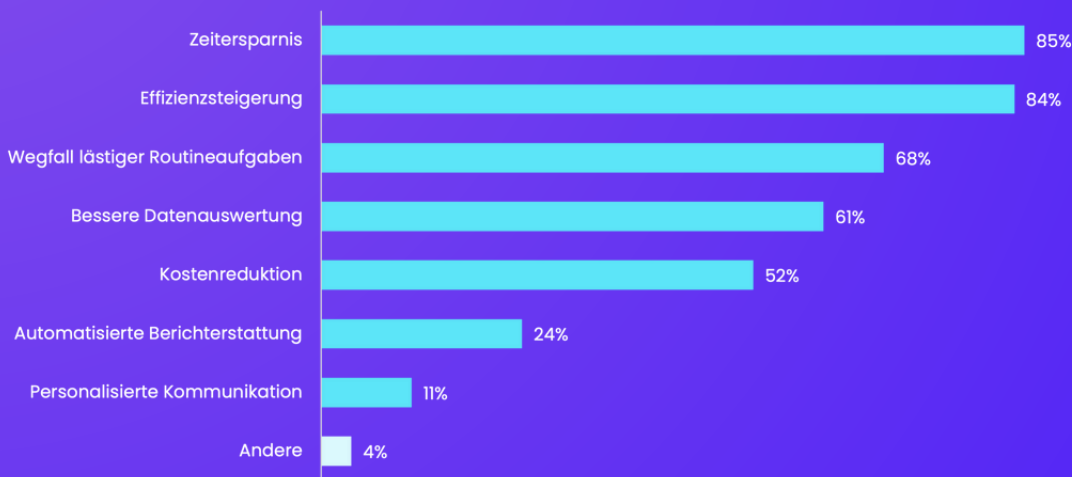
CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN BEI DER NUTZUNG VON KÜNSTLICHER INTELLIGENZ IN DER IR



JUST KI IT!

VORTEILE DER KI-NUTZUNG

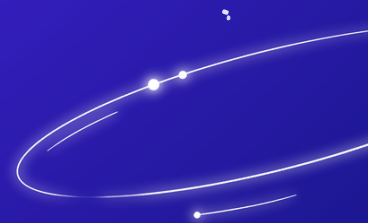
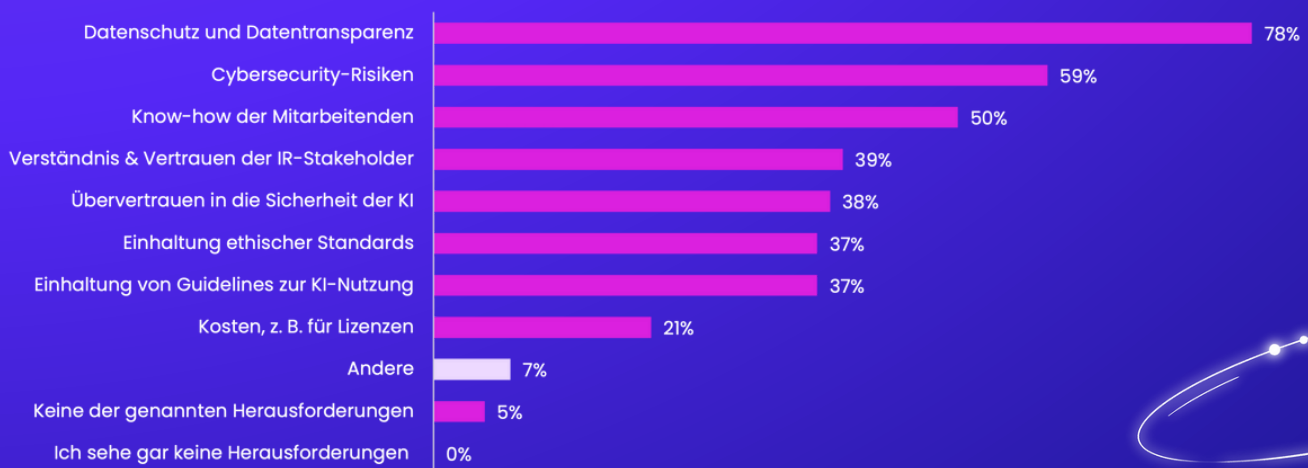
Welche Vorteile sehen Sie in der Integration von KI in der IR? (n = 82)



Trotz noch zögerlicher Integration von KI in der IR sehen IR-Manager*innen in der KI auch viele Vorteile wie **Zeitersparnis** (85% Zustimmung) und **Effizienzsteigerung** (84%). Damit hängt unter anderem der **Wegfall lästiger Routineaufgaben** (68%) zusammen. Durch die Nutzung von KI versprechen sich IR-Professionals außerdem eine **bessere Datenauswertung** (61%). Rund die Hälfte (52%) sieht einen weiteren Vorteil in der **Kostenreduktion**. 24% erhoffen sich zudem eine **automatisierte Berichterstattung** und 11% eine **personalisierte Kommunikation**, im Sinne von zielgruppenspezifischen Wordings zur besseren Ansprache unterschiedlicher Stakeholder.

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER KI-NUTZUNG

Welche Herausforderungen sehen Sie bei der Nutzung von KI in der IR? (n = 82)



Alle IR-Professionals sehen neben Potenzialen aber auch Herausforderungen bei der Nutzung von KI. Sei es das große Thema **Datenschutz und Datentransparenz** (78%), **Cybersecurity-Risiken** (59%), oder die erforderliche Schulung von Mitarbeiter*innen, um das notwendige **Know-How der Mitarbeitenden** zu gewährleisten (50%). An vierter Stelle steht außerdem das **Verständnis und Vertrauen der Stakeholder** (39%), was einmal mehr betont, wie wichtig die klare Kommunikation der KI-Nutzung an die Stakeholder ist, um jegliches Misstrauen im Vorhinein zu verhindern. Darüber hinaus wird befürchtet, zu sehr in die Sicherheit aktueller KI-Tools zu vertrauen (38%). Je 37% sehen Herausforderungen in der **Einhaltung ethischer Standards bzw. Guidelines zur KI-Nutzung**. Nur 21% sehen hingegen Herausforderungen in den Kosten für KI-Applikationen gesehen.

KENNZEICHNUNG VON KI-NUTZUNG

Ein Thema, das in der Praxis der Investor Relations (IR) erhebliche Unsicherheiten birgt, ist die **ordnungsgemäße Kennzeichnung von KI-generierten Inhalten**. Die Nutzung von KI transparent zu kommunizieren ist auch eine Frage des Vertrauens. Hier geht es neben rechtlichen Aspekten vor allem auch darum, das **Vertrauen der IR-Stakeholder** zu stärken und Missverständnisse zu vermeiden.

Der bevorzugte Weg wäre für IR-Manager*innen aus heutiger Sicht der **Ausweis auf der IR-Website**, dass KI genutzt wurde (32%) oder der **Hinweis "KI-generiert"** direkt im jeweiligen Text/Bild/Video/etc. (27%). Der Umstand, dass die meisten (37%) die Option "Weiß ich nicht" gewählt haben, unterstreicht die bestehenden Unklarheiten und verdeutlicht die Notwendigkeit, klare Richtlinien und Standards für die Kennzeichnung von KI-generierten Inhalten in der IR-Praxis zu etablieren.

Wie würden Sie den Einsatz von KI-Technologien an Investor*innen kommunizieren? (n = 82)



#PRAXISTIPP

Die Verwendung von KI-generierten Bildern und Texten in der Investor Relations Kommunikation erfordert **Transparenz** und **Klarheit** über den Einsatz der Technologie, um **Vertrauen** zu gewährleisten. Hier einige Beispiele:

Auf Landingpages oder in Berichten:

"In diesem Abschnitt befinden sich Bilder, welche unter Verwendung von KI-Technologien erstellt wurden, um beschriebene Szenarien zu visualisieren."

In Präsentationen:

Vermerk auf der letzten Folie oder in der Fußzeile

In Social Media Posts:

Am Ende des Posts #Klgeneriert oder "Dieser Post enthält KI-generierte Inhalte"

Auf Websites:

Symbol oder Label neben KI-generierten Inhalten mit Erläuterung bei Mouseover

"Dieser Text wurde mittels KI erstellt."

"Teile dieses Textes wurden mit Unterstützung von KI-generierten Inhalten erstellt."

"Dieses Dokument enthält von KI generierte Textabschnitte"

"Dieses Bild wurde mit Hilfe von KI-Technologie generiert."

"Dieser Inhalt wurde mit Hilfe von KI erstellt"
#Klgeneriert



PROMPTING FÜR CHATGPT

Welche Informationen benötigt ChatGPT, um uns helfen zu können?

- Was soll der Post erreichen?
- Wen möchte man ansprechen?
- Um welches Thema geht es im Post?
- Wie sollen Stil und Ton sein?
- Was soll der Post beinhalten?
- CTA: Kommentar, Link, ...?
- Inkl. Bilder oder Videos?

Der "ideale" Prompt für ChatGPT enthält die folgenden Punkte:

- Ziel des Textes
- Zielgruppe
- Thema des Inhaltes
- Stil und Ton
- Spezifische Details und Daten
- Call-to-Action
- Multimedia-Elemente

Beispiel eines IR-LinkedIn-Posts zum Thema Hauptversammlung:



You

Erstelle einen professionellen LinkedIn-Post zur Förderung des Engagements mit nicht mehr als 1600 Zeichen. Zielgruppe: junge Investor*innen. Der Post erklärt grob, was eine Hauptversammlung, was dort besprochen wird und wie man als Jungaktionär*in daran teilnehmen kann. Stil: Professionell und informativ an eine junge Zielgruppe angepasst. Der Post soll am Ende dazu auffordern, etwaige Fragen in die Kommentare zu schreiben. Kein Multimedia erforderlich.



ChatGPT

🚀 An junge Investor*innen: Verstehen und Teilnehmen an Hauptversammlungen! 🚀

Du bist neu in der Welt der Aktien und möchtest mehr über Hauptversammlungen (HV) erfahren? Perfekt, denn diese sind ein Schlüsselement im Aktienmarkt!

Was ist eine HV? Kurz gesagt, die HV ist ein jährliches Treffen, bei dem Aktionärinnen *wichtige Unternehmensentscheidungen treffen*. Als Aktionärin hast Du das Recht, teilzunehmen und Deine Stimme zu nutzen!



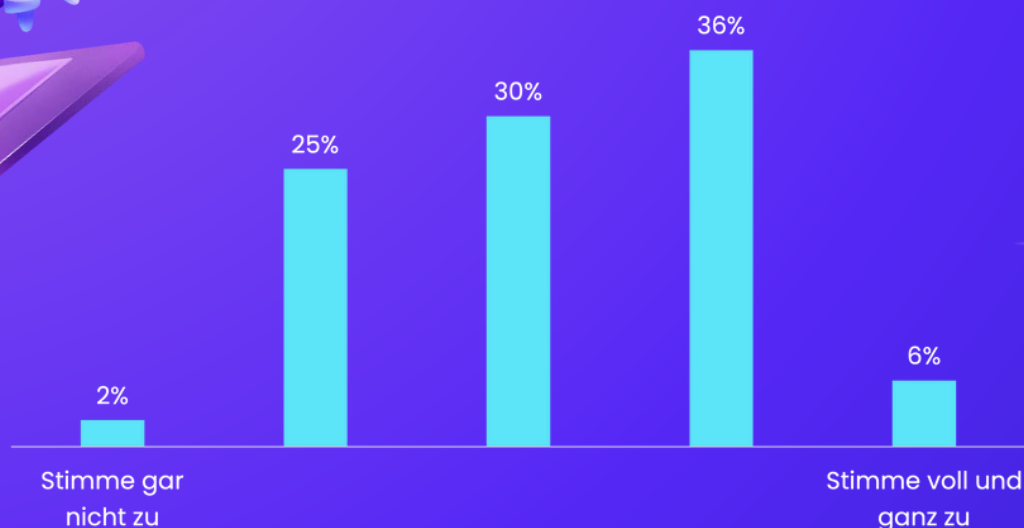
Was wird besprochen?

1. Jahresbericht: Überblick über die finanzielle Leistung des Unternehmens.
2. Wahl des Aufsichtsrates: Entscheidung über die Personen, die das Management überwachen.
3. Dividenden: Festlegung der auszuzahlenden Gewinnanteile.
4. Unternehmensstrategie: Diskussion und Abstimmung über die zukünftige Richtung.

Als Jungaktionär*in solltest Du diese Chance nutzen, um Einblicke zu gewinnen und Einfluss zu nehmen.

Die Entwicklung der KI in den Investor Relations sieht die IR-Community heute zwiegespalten: 42% der IR-Professionals blicken in Bezug auf KI optimistisch in die Zukunft und gehen davon aus, dass **KI in drei Jahren in der IR eine bedeutende Rolle spielen wird**, 27% sehen das eher skeptisch und stimmen dieser Annahme gar nicht oder eher nicht zu. Rund ein Drittel (30%) geht von einer gewissen Bedeutung der KI in der IR aus, eine gar prägende Rolle würde sie ihr für ihre Arbeit aber nicht zusprechen. Dies verdeutlicht eine tendenziell positive, aber **vorsichtige Erwartungshaltung innerhalb der IR-Community** gegenüber dem Einfluss von KI-Technologien in den kommenden Jahren.

"In drei Jahren wird Künstliche Intelligenz in der IR eine bedeutende Rolle spielen." (n = 83)



WENN KI WEITERHIN IGNORIERT WIRD:

KI bei
Datenanalyse weit
überlegen

=

Wettbewerbs-
nachteil

Stärker bei
Personalisierung

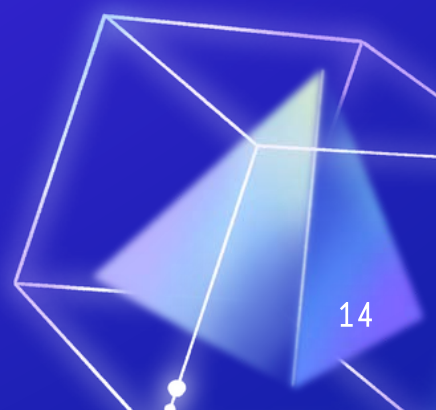
=

Nichterfüllung von
Stakeholder-
wünschen

30%
Produktivitäts-
steigerung

=

Effizienzverlust



KEY TAKEAWAYS

In den Investor Relations (IR) wird künstliche Intelligenz (KI) derzeit noch zurückhaltend eingesetzt. Die Anwendung beschränkt sich hauptsächlich auf **Übersetzungen** und die **Textproduktion** bei der **Erstellung von Geschäftsberichten**.

Zu den am häufigsten genutzten KI-Tools gehören **DeepL** für Übersetzungen sowie **ChatGPT** für Textproduktion und Ideenfindung. Der Einsatz von KI ist aber auch bei der Erstellung von Präsentationen, der Content-Erstellung für Geschäftsberichte, IR-Websites, Social Media und Newsletter sowie bei Chatbots vorstellbar.

Bedenken bestehen hinsichtlich rechtlicher Aspekte der KI-Nutzung. Alle Beteiligten sehen **Herausforderungen** bei der Nutzung von KI. Zudem schätzen IR-Manager*innen ihr eigenes Wissen über KI eher gering ein und fühlen sich nicht ausreichend informiert.

Dabei lassen sich zwischen den Befunden und strukturellen Bedingungen wie Branche, Index-Zugehörigkeit oder Marktkapitalisierung keine direkten Zusammenhänge feststellen.

Top-Anwendungsfelder:



Übersetzung



Textbearbeitung



Textproduktion

Top-Tools:



DeepL



ChatGPT



Adobe Firefly

Trotz zögerlicher Implementierung wird KI im IR-Bereich als zunehmend wichtig anerkannt. Potenzial wird besonders bei repetitiven Aufgaben gesehen, während strategische und persönliche Kommunikationsaspekte weiterhin menschliche Expertise von IR-Manager*innen erfordern.

Ethik, Datenschutz und die klare Kennzeichnung von KI-generierten Inhalten sind entscheidend, um Vertrauen und Transparenz zu wahren. KI wird keinesfalls den Job von IR-Manager*innen ersetzen, jedoch wird sich das Job-Profil in der IR verändern. KI bietet außerdem eine Chance für Unternehmen, sich als zukunftsorientiert und effizient zu positionieren, was eine strategische Integration von KI durch das Top-Management voraussetzt.

Jetzt ist der ideale Zeitpunkt, um **KI auszuprobieren**, denn der Einsatz von KI wird in Zukunft ein **wesentlicher strategischer Vorteil** sein. Wer die Potenziale von KI ignoriert, läuft Gefahr, im internationalen Wettbewerb untergehen.

BOOSTEN SIE IHR KI-WISSEN!

DOKUMENTATION



[ARTE-Dokumentation: Schlaue neue Welt - das KI-Wettrennen](#)

NEWSLETTER



[McKinsey-Newsletter: The human side of generative ai](#)

KURSE



[Gratis Kurse zu Generativer KI von Google](#)

SOCIAL MEDIA



[KI-Experte Jens Polomski](#)



[Prompt Library auf dem Discord-Server von OpenAI](#)

BLOG



[NetFed-Blog zu Digital-IR](#)

PODCAST



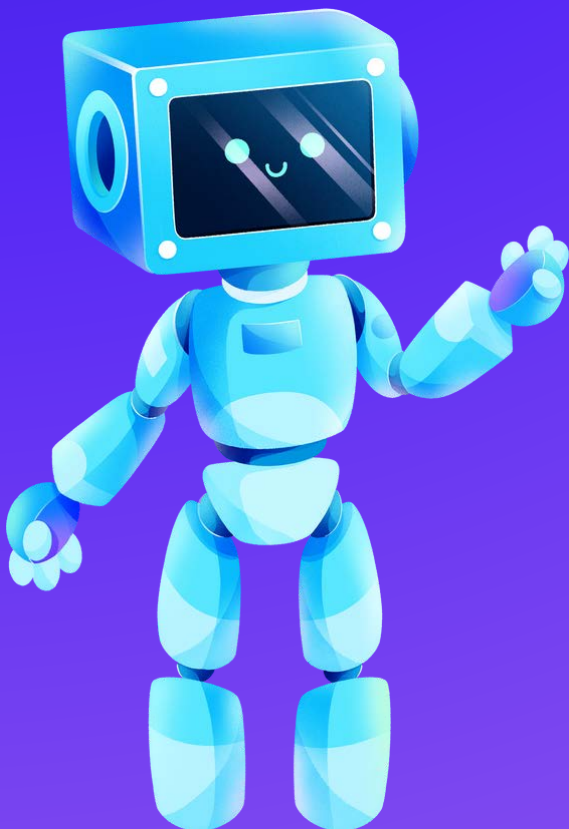
[Podcast: Crashkurs Prompting - Wie nutze ich KI-Chatbots effizient?](#)

BUCH



[Alles überall auf einmal - Wie Künstliche Intelligenz unsere Welt verändert und was wir dabei gewinnen können](#)
Miriam Meckel & Lea Steinacker

INTERVIEWS MIT KI-EXPERTEN



JUST KI IT!

#KI-EXPERT*IN

Julia Stoetzel
Junicorn Consulting
julia@junicornconsulting.com

LinkedIn: 

 junicorn.



In welchen Bereichen der Finanzkommunikation könnte KI den größten Mehrwert bieten?

KI kann zum einen bei der **Automatisierung von Berichten und Analysen** sowie der **Content Creation** unterstützen. Zum anderen können KI-Tools große Datenmengen analysieren und so **Stimmungen sowie Trends identifizieren**. Das hilft Unternehmen ihre Strategie anzupassen und proaktiv zu reagieren. Zusätzlich kann durch KI die Beziehung zu Stakeholdern gestärkt werden, da durch Wissen über Interessen und das Verhalten von Investoren eine **personalisierte Kommunikation** möglich ist.

Woran liegt es, dass KI bislang nur sehr zögerlich in der IR-Praxis angewandt wird?

Zum einen stellt die **Komplexität beim Aufbau eigener KI-Systeme** eine Herausforderung dar. Neben dem technischen Know-How sind zusätzliche Investitionen notwendig. Zudem herrscht hier noch ein **Mangel an Verständnis**, was das Potenzial der KI hemmt und zu Unsicherheiten führt. Besonders die **Datenschutz- und Sicherheitsbedenken** halten viele Unternehmen ab, KI zu nutzen.

Welche Rolle wird KI in der IR in 3 Jahren spielen?

Die Technologien werden zunehmend benutzerfreundlicher und zugänglicher werden und so ein **fester Bestandteil der Investor Relations** werden. Durch die Möglichkeit große Datenmengen zu analysieren können Einblicke geschaffen werden die bei Investitionsentscheidungen beim Managen von Risiken helfen. Zudem werden sich durch die KI **neue Kommunikationsmöglichkeiten** ergeben.

#KI-EXPERT*IN



Thorsten Greiten

NetFederation GmbH

thorsten.greiten@net-federation.de

LinkedIn:



Net*Fed

Investor Relations sind in der KI-Nutzung sehr zögerlich. Ist dieses Misstrauen berechtigt?

Nein. Die Entwicklung ist zu rasant., **Misstrauen bedeutet unnötigen Zeitverlust**. IR müssen sich jetzt umgehend von in 30 Jahren gelernten Pfaden verabschieden und sich der Fremdheit schrittweise und schnell annähern. Vor allem müssen **Maschinen und Algorithmen als neue, wichtigste Zielgruppe** begriffen werden. Im Kern der IR-Entwicklung stehen drei Fragen: wie bringe ich meine Investment Story zum User? In welcher Form muss ich Daten zur Verfügung stellen? Welche technologischen Entwicklungen sollte ich im Blick haben?

Die Mehrheit der IR-Professionals schätzt ihr KI-Wissen als eher niedrig ein. Wie müssen sich IR-Abteilungen in Bezug auf KI aufstellen?

KI ist eine Revolution und wird nicht wieder verschwinden. Die aktuelle Berufswelt der Kapitalmärkte werden wir in fünf Jahren nicht mehr wiedererkennen. Das bedeutet, wer sich nicht mit den Chancen der KI beschäftigt, sondern in seiner passiven Beobachterposition verharrt, wird große Probleme bekommen. Das **Blickfeld der Abteilungen muss sich in den kommenden Jahren auf Maschinen, Investment-relevanten Content und User richten**, statt weiter auf Analysten, die als Berufsstand aussterben werden. Konzeption der Digitalstrategie und User Journey entscheiden unabhängig vom Endgerät über erfolgreiche IR-Kommunikation. Digitalisierung, vernetzte Datensammlung (z.B. ESG) und aktives Content Management steigern die konzerninterne Relevanz.

Welche Rolle wird KI in der IR in drei Jahren spielen?

KI wird die IR-Arbeit in den nächsten 3 Jahren komplett auf den Kopf stellen. Technologien entwickeln sich gerade exponentiell, Organisationen dagegen behäbig logarithmisch. Das heißt, dass wir eine bisher nie dagewesene Schere sehen werden, die sich zwischen den in Lichtgeschwindigkeit agierenden Kapitalmärkten und den oft immer noch in DIN A4 berichtenden, stark regulierten Emittenten öffnen wird. **Aufgabe der IR ist es, Technik, Daten und relevanten Content aus einem Guss bereitzustellen.**

#KI-EXPERT*IN



Wo sehen Sie die größten ethischen Bedenken bei der Verwendung von KI?

Hierbei gibt es eine Palette an Aspekten zu berücksichtigen, hier jedoch die wichtigsten:

Datenschutz und Privatsphäre: Hier steht besonders der Schutz persönlicher Daten in sensiblen Bereichen, wie etwa Medizin, im Vordergrund.

Verantwortung: Eine Frage ist auch, wer die Verantwortung trägt, wenn eine KI fehlerhafte Entscheidungen trifft, wodurch Schaden an Dingen oder gar Menschen entstehen. Sowohl Entwickler als auch Nutzer können sich der Verantwortung beim Einsatz von KI nicht entziehen. Grundsätzlich sind beim Umgang mit KI die vom Europ. Parlament im AI Act definierten Kriterien maßgeblich: Wohltätigkeit, Transparenz, Nicht-Boshaftigkeit, Autonomie, Gerechtigkeit und Datenschutz.

Fehlender Transparenz: KI-Systeme sind oft "Black Boxes", deren Entscheidungsprozesse für Menschen nicht nachvollziehbar sind und es stellt sich die Frage, auf welcher Basis, auf welchen Daten die Entscheidungen getroffen wurden.

Braucht es rechtliche Regulierung der KI-Nutzung? Wo sehen Sie den dringenden Handlungsbedarf?

Ja, es besteht ein Bedarf an rechtlicher Regulierung, vor allem hinsichtlich folgender Bereiche:

1. **Sicherheit und Datenschutz**
2. **Transparenz** (Kennzeichnung der KI, Herkunft der Daten, etc.)
3. **Soziale Klassifizierung** (keine Klassifizierung durch KI aufgrund sozialen Verhaltens oder Persönlichkeitsmerkmale)
4. **Flexibilität** (flexible Regulierungen für sich rasant ändernde Technologien)

In Investor Relations ist die Informationsweitergabe stark rechtlich bestimmt. Wird KI in den IR in Zukunft dennoch eine Rolle spielen?

Ich gehe davon aus, dass KI eine zunehmend wichtige Rolle in Investor Relations spielen:

1. **Erhöhung der Effizienz** (Datenanalyse, Erkennen von Mustern, Abarbeitung von Routinearbeiten, etc.)
2. **Zielgerichtete Kommunikation** (rasche, zielgruppenorientierte Kommunikation)

Wenn KI in IR eingesetzt wird, wird es wichtig sein, in der IR auch eine*n KI-Expert*in zu haben.

KONTAKTDATEN



LinkedIn



FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek

Studiengangsleitung Digital Business Communications (MA)
Department Digital Business und Innovation

Fachhochschule St. Pölten GmbH
Campus Platz 1, 3100 St. Pölten

monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at

Eine Studie des Masterstudiengangs
Digital Business Communications

Künstliche Intelligenz in der IR

Februar 2024



QUELLEN

Bahr, I. (2023a, August 14). Studie zum Einsatz generativer KI in Unternehmen. Capterra Blog. Verfügbar unter:
<https://www.capterra.com.de/blog/4122/generative-ki-in-unternehmen-studie>

Bahr, I. (2023b, Juli 20). Studie zur Nutzung von ChatGPT in Unternehmen. Verfügbar unter:

<https://www.capterra.com.de/blog/4092/studie-nutzung-chatgpt-unternehmen#ChatGPT-ist-das-beliebteste-generative-KI-Tool>

Czotscher, E. (2020). Künstliche Intelligenz für Kommunikation und Marketing. Frankfurt am Main: FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH – der F.A.Z.-Fachverlag.

Geretshuber, D. & Reese, H. (2019). Künstliche Intelligenz in deutschen Unternehmen. PwC GmbH.

Levenson, S., Heaps, D., Kimbrough, D., Almond, T., Bruschi, M. D., De Cagna, J., Goesser, J., Hubbard, S., Labranche, G., Mehan, R., Plaisance, M., Rose, L., Secord, G., Stout, J., & Willis, T. (2020). Artificial Intelligence in Investor Relations: A report of the niri think tank on artificial intelligence in investor relations. NIRI. Verfügbar unter:

https://www.niri.org/niri/media/protecteddocuments/pd/niri_thinktank_report_2020_final.pdf

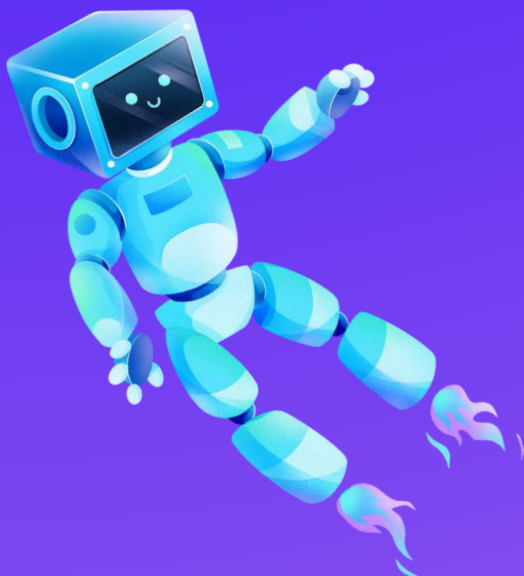
OpenAI. (2024). ChatGPT. Zugriff am 4.3.2024. Verfügbar unter: <https://chat.openai.com/>

Schlund, S., Eggeling, E., Fuchs, B. & Schumacher, A. (2022). Künstliche Intelligenz in Österreichs Unternehmen. Fraunhofer Austria Research GmbH.

Hinweis: Teile dieser Präsentation wurden mithilfe von KI-Tools erstellt.



JULIA STOETZEL
JUNICORN CONSULTING



junicorn.

Junicorn hat sich als eine der führenden Beratungen im Bereich der digitalen Investor Relations im deutschsprachigen Raum etabliert. Ihr Ansatz zielt darauf ab, moderne Marketingstrategien mit traditionellen Investor Relations-Methoden zu verbinden, um Unternehmen bei der Verbesserung ihres Auftritts am Kapitalmarkt zu unterstützen.

Das Team von Junicorn Consulting verfügt über mehr als ein Jahrzehnt an Erfahrung in den Kapitalmärkten und besitzt zudem umfangreiche Kenntnisse in den Bereichen digitale Medien und Content Creation.

Seit der Gründung vor zwei Jahren hat Junicorn über 25 Kunden beraten, um deren digitale und traditionelle Präsenz am Kapitalmarkt aufzubauen & zu optimieren.

Darüber hinaus hat sich Junicorn durch die Produktion von mehreren Content-Formaten wie 'Street Tweets', einem Podcast, der sich mit Themen rund um den Kapitalmarkt beschäftigt, in der DACH-Region etabliert.

Erfahren Sie mehr auf: junicornconsulting.com

About junicorn.

Next Generation Investor Relations.

Years of IR Experience

25+

Capital Raised for Companies

€3BN+

Number of Clients

25+