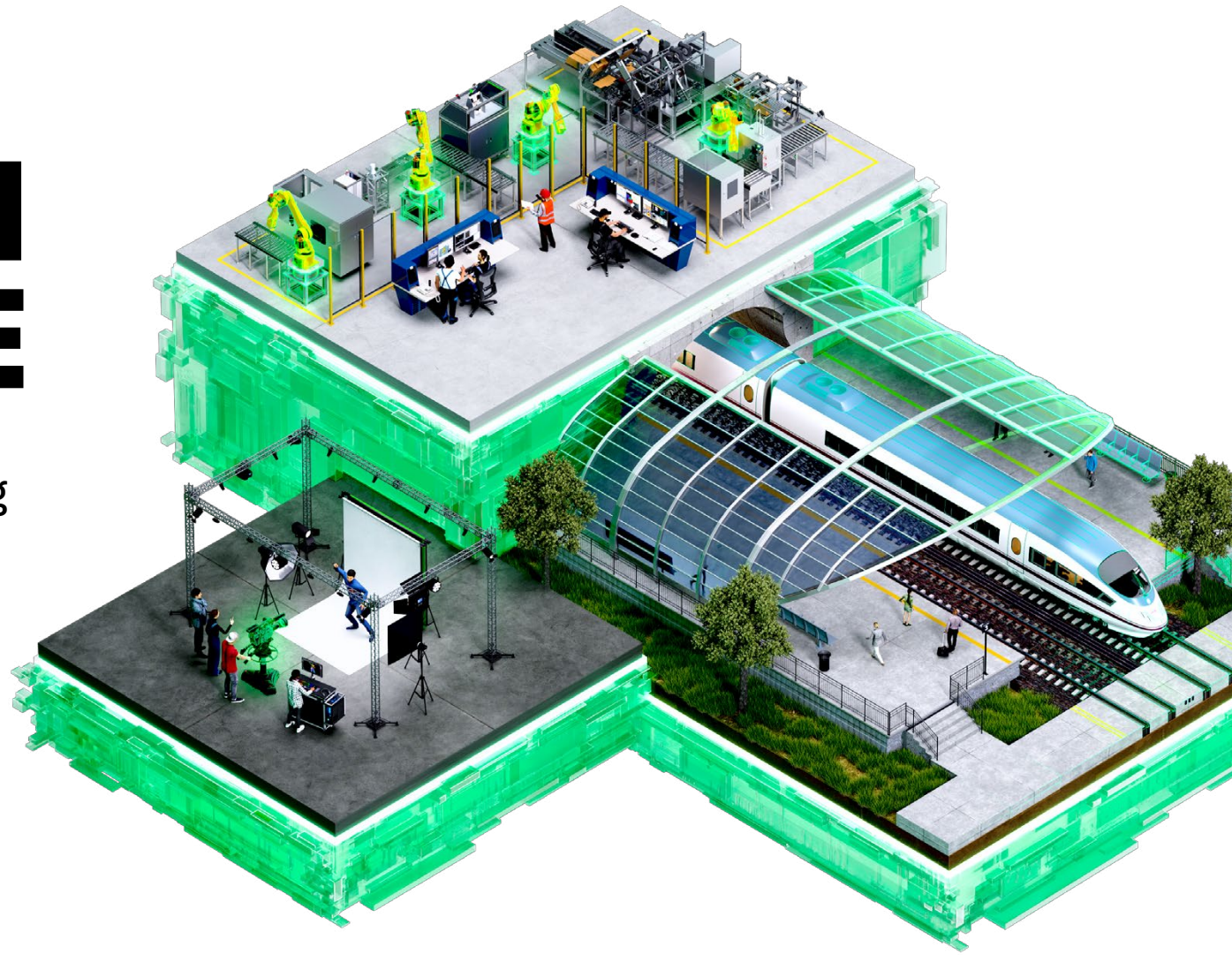


20 STATE OF 24 DESIGN & MAKE

Edition für Medien und Unterhaltung

Einblicke von Branchenführern in die Rolle der digitalen Transformation zur Förderung der Resilienz, Nachhaltigkeit und Personalplanung

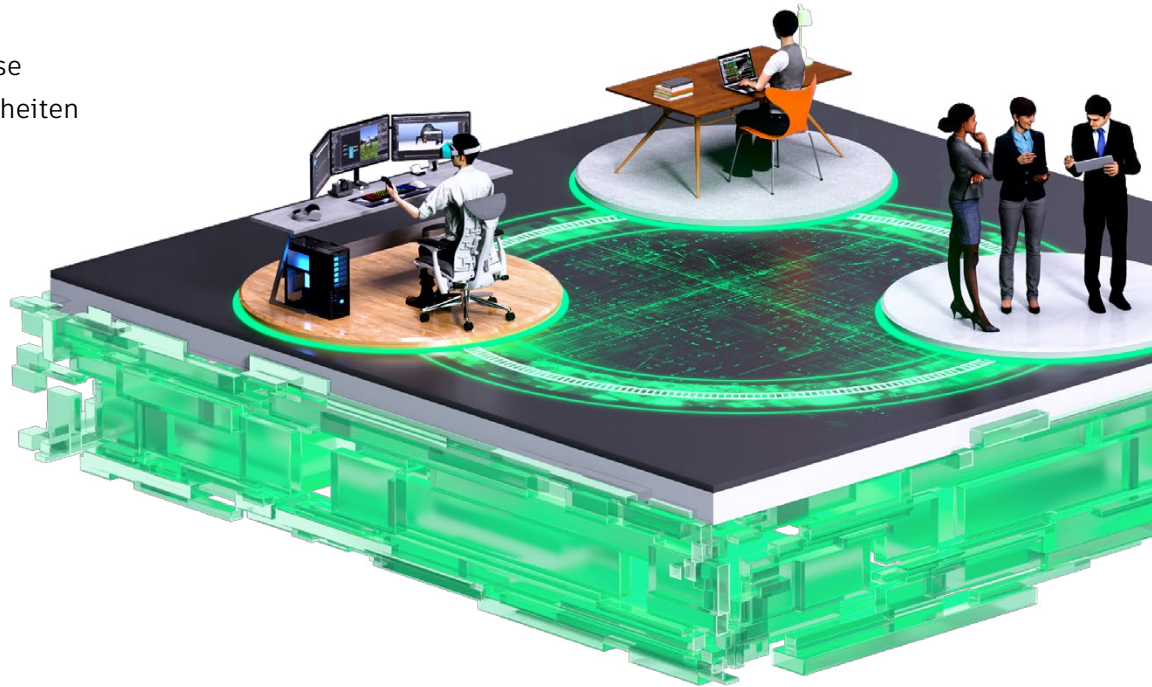


 **AUTODESK**

Inhalt

- 03 **Über die Studie**
- 04 **Einführung**
Themenschwerpunkte
Zentrale Erkenntnisse
- 08 **Geschäftsresilienz**
Zentrale Erkenntnisse
Regionale Besonderheiten
- 30 **Personalplanung**
Zentrale Erkenntnisse
Regionale Besonderheiten

- 42 **Nachhaltigkeit**
Zentrale Erkenntnisse
Regionale Besonderheiten
- 52 **Fazit**
- 53 **Anhang**
Methodik
Glossar





Über die Studie

Der Bericht *State of Design & Make* ist eine globale, jährliche Studie für Führungskräfte, die Orte, Objekte und Erlebnisse planen und schaffen. Die Studie benennt die wichtigsten Themen, die moderne Unternehmen prägen, und hilft Führungskräften, fundierte, strategische Entscheidungen über Prioritäten und gezielte Investitionen in die Zukunft zu treffen.

Sofern nicht anders angegeben, stammen die Daten in diesem Dokument aus der Befragung von 1.579 Führungskräften und Fachleuten aus der Medien- und Unterhaltungsbranche (einer Teilmenge der Befragten zum Autodesk-Bericht 2024 *State of Design & Make*).

Insgesamt wurden 5.368 Führungskräfte, Zukunftsforschende und Fachkräfte aus den folgenden Branchen befragt: Architektur, Ingenieur-/Bauwesen und Betrieb (Architecture, Engineering, Construction and Operations, AECO), Produktentwicklung und Fertigung

(Design and Manufacturing, D&M) sowie Medien und Unterhaltung (Media and Entertainment, M&E). Die Umfragedaten wurden nach Weltregionen aufgeschlüsselt: Asien-Pazifik (APAC), worunter Antworten aus Australien, China, Indien, Japan und Südkorea fallen; Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA) mit Antworten aus Frankreich, Deutschland, Italien, dem Nahen Osten, den Niederlanden, Skandinavien, Spanien, der Türkei und dem Vereinigten Königreich sowie Amerika (AMER) mit Antworten aus Brasilien, Kanada, Mexiko und den USA.

Einführung

Wichtigste Themen
und Einblicke





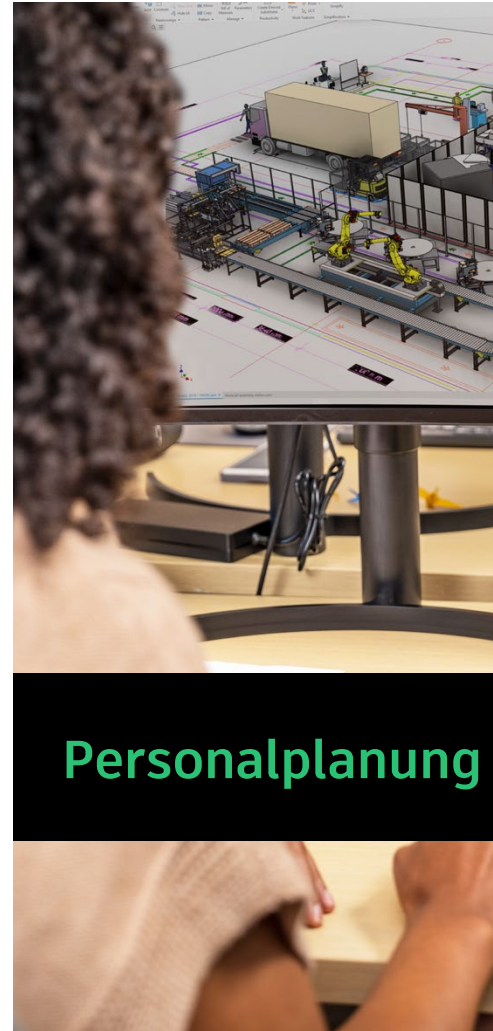
Die Medien- und Unterhaltungsbranche (M&E) hat im letzten Jahr einen massiven Stimmungsumschwung erlebt – befeuert durch revolutionäre technologische Fortschritte, ausgeprägtere Bedenken bezüglich der Kosten sowie einen neuen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit im öffentlichen und privaten Sektor. Fachleute und Führungskräfte blicken optimistisch auf die globale Landschaft und empfinden nicht nur die Resilienz, Bereitschaft und Performance ihrer Unternehmen als positiv, sondern auch deren Investitionen und Fortschritte in Richtung digitaler Transformation. Das ist ein deutlicher Unterschied zum *State of Design & Make*-Bericht für das Jahr 2023. Diese Stimmung zeigt sich auch in unseren qualitativen Befragungen: Hier gaben Führungskräfte an, dass die scheinbar weiche Landung nach Jahren voller Rezessionsängste viel zu der neu gewonnenen Zuversicht beigetragen haben.

Ebenfalls neu in diesem Jahr ist die Tatsache, dass künstliche Intelligenz nicht

mehr nur eine Idee aus der Zukunft ist, sondern ein Werkzeug, das tatsächlich in der Gegenwart angekommen ist – und das Vertrauen darin ist überraschend hoch. Führungskräfte setzen auf KI und andere neue Technologien und versuchen mittels Automatisierung, Augmentierung und Analyse, die Produktivität zu steigern. Ein Vorteil ist die verbesserte Nachhaltigkeit. Wenn es darum geht, welche Technologien Führungskräfte einsetzen, um die Nachhaltigkeitsziele ihrer Unternehmen zu unterstützen, spielt KI mittlerweile ganz vorn mit.

KI ist eine dieser Technologien, die das Potenzial haben, Unternehmen zu revolutionieren. Wenn Führungskräfte in Branchen, die sich so rasant entwickeln wollen, nicht den Anschluss verlieren wollen, müssen sie lernen, die Macht ihrer unternehmenseigenen Daten zu nutzen, und technisch versiertes Personal finden, schulen und halten. Und sie müssen sich auf Nachhaltigkeitsinitiativen konzentrieren, die langfristige Umsatzchancen bieten.

Themenschwerpunkte



Zentrale Erkenntnisse

Geschäftsresilienz



1. Der Optimismus kehrt zurück: Führungskräfte haben das Gefühl, dass ihre Unternehmen resilienter sind als im letzten Jahr.



2. Das Talent Management bleibt die größte Herausforderung für Unternehmen



3. Aus Unternehmen mit hohem digitalen Reifegrad kommen noch ermutigendere Nachrichten.



4. Unternehmen machen bereits bedeutende Fortschritte bei der **Einführung von KI.**

Personalplanung



5. Upskilling ist wichtig, aber für viele unerreichbar.



6. Unternehmen verfolgen einen mehrgleisigen Ansatz, um das Problem des **Fachkräftemangels** zu lösen.

Nachhaltigkeit



7. Unternehmen nehmen **Nachhaltigkeit** ernst.



8. Nachhaltigkeit verbessert sowohl die **kurz- als auch die langfristige Leistungsfähigkeit** eines Unternehmens.

Geschäftsresilienz

Digitalisierung
stärkt die Resilienz
angesichts anhaltender
Herausforderungen



GESCHÄFTSRESILIENZ

Ein positiver Ausblick, neue Herausforderungen und der Wert digitaler Tools

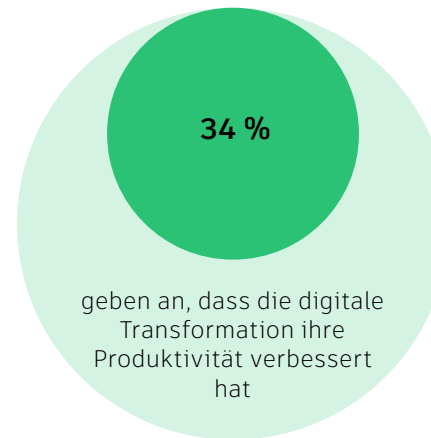
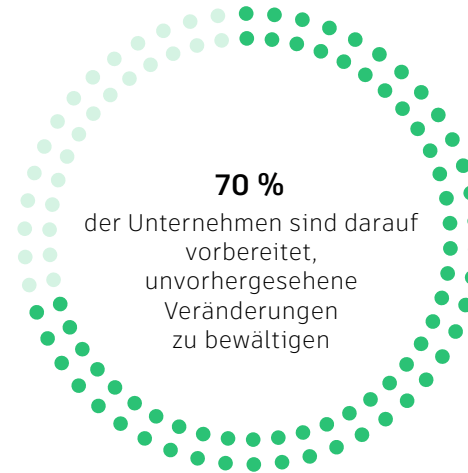
Kurz gesagt: Fachleute und Führungskräfte aus der M&E-Branche sind dieses Jahr optimistisch.

Sie stehen zwar weiterhin vor großen Herausforderungen, doch die letzten Jahre haben gezeigt, wie resilient ihre Unternehmen wirklich sind. So sind sie bei der Frage, ob ihre Unternehmen in der Lage sind, Herausforderungen effektiv zu bewältigen, deutlich zuversichtlicher als noch im letzten Jahr.

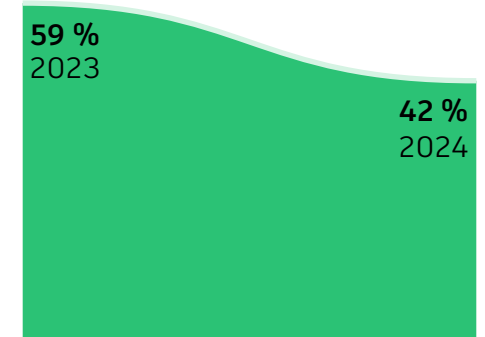
Das Thema Fachkräfte belegte letztes Jahr den ersten Platz bei den unternehmerischen Herausforderungen: So hatten Betriebe nicht nur damit zu kämpfen, neue Mitarbeitende zu finden, sondern

auch damit, sie zu halten. Jahr beschäftigt Führungskräfte noch vor Personalfragen in erster Linie die Kostenkontrolle.. Auf Platz drei und vier stehen Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen sowie die ökologische Nachhaltigkeit.

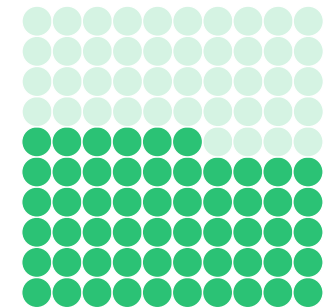
Mit dem rasanten Tempo des technologischen Wandels mitzuhalten – unter anderem mit künstlicher Intelligenz –, ist eine weitere wichtige Herausforderung. Doch sie birgt auch erhebliche Chancen für Unternehmen, die die richtigen strategischen Entscheidungen treffen. Unternehmen erzielen mit ihren digitalen Investitionen zahlreiche Vorteile. Doch sie berichten auch, dass die digitale Transformation durch hohe Kosten, fehlende Zeit und den anhaltenden Fachkräftemangel ausgebremst wird.



Die Sorge um die Verfügbarkeit qualifizierter Fachkräfte ist im Vergleich zum Vorjahr gesunken



56 %
der Unternehmen kommen dem Ziel näher, KI in ihre Prozesse zu integrieren, oder haben es bereits erreicht



EINBLICK 1

Der Optimismus kehrt zurück

Medien- und Unterhaltungsunternehmen sind besser denn je auf unsichere Zeiten vorbereitet.

Im letzten Jahr hatten Umfrageteilnehmer noch ein Gefühl der Unsicherheit betont, das durch die globale Pandemie, durch geopolitische Unruhen und durch wirtschaftliche Instabilität vieler Märkte entstanden war. Und viele Unternehmen hatten Probleme damit, die nötigen Fachkräfte für ihr Wachstum zu finden und zu halten.

In diesem Jahr sind Fachleute und Führungskräfte aus der M&E-Branche deutlich zuversichtlicher. 70 % geben an, dass ihr Unternehmen auf unvorhergesehene wirtschaftliche oder geopolitische Veränderungen vorbereitet ist – 2023 waren es nur 60 %.

Diese Zuversicht ist zum Teil darauf zurückzuführen, dass Unternehmen in den letzten Jahren eine Reihe nie dagewesener

Herausforderungen zu meistern hatten, darunter die Corona-Pandemie sowie Störfaktoren in ihren Lieferketten.

Außerdem setzen die Betriebe proaktive Schritte, um sich besser zu positionieren: Sie planen neue Angebote, erschließen neue Märkte, verbessern die Agilität und diversifizieren ihre Lieferketten. Je mehr dieser Maßnahmen Unternehmen ergreifen, desto zuversichtlicher blicken sie in die Zukunft.

Unternehmen erzielen heute außerdem generell eine höhere Performance und können besser mit der Konkurrenz mithalten. So berichten 73 % der Fachleute und Führungskräfte, dass ihr Unternehmen im letzten Jahr die Erwartungen übertroffen hat. 2024 erwarten 6 %, dass ihr Unternehmen in diesem Jahr nicht mit dem Tempo mithalten kann, in dem sich ihre Branche verändert – 2023 waren es noch 10 %.



60 %

schätzen das globale Umfeld heute unsicherer ein als vor drei Jahren. 2023 waren noch 78 % dieser Ansicht.

EINBLICK 1

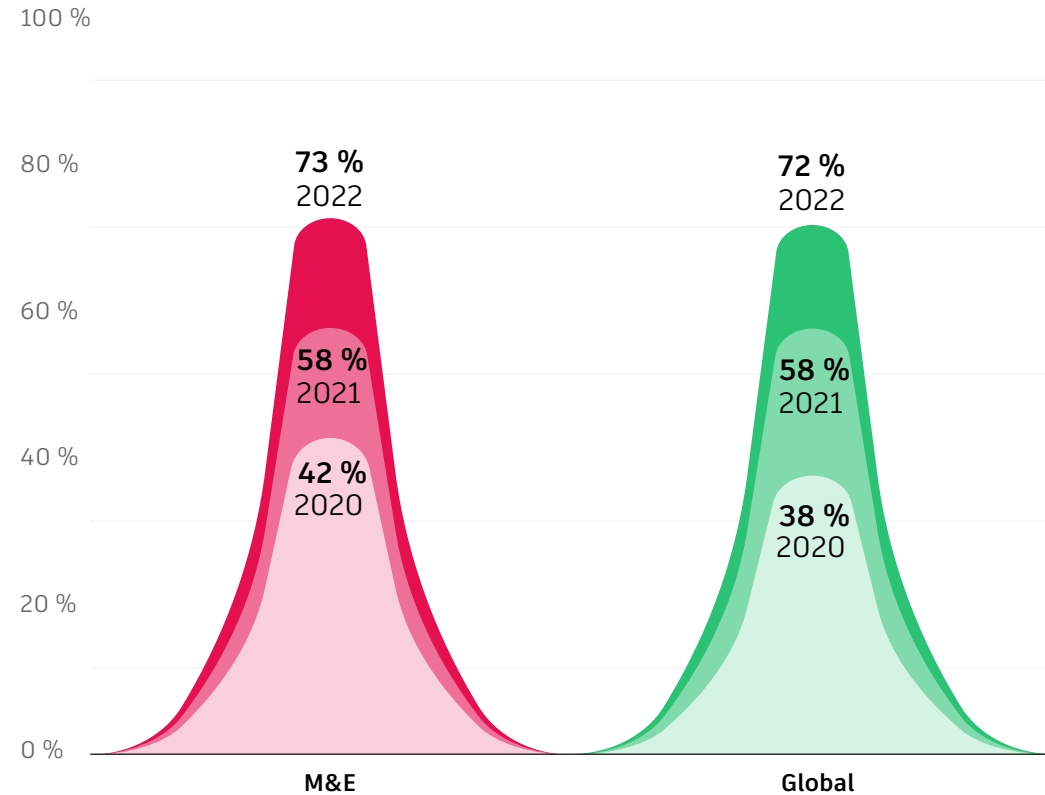
Resilienzmaßnahmen sorgen für Vertrauen

In Unternehmen, die bewusst resilienzstärkende Maßnahmen ergreifen, blicken Fachleute und Führungskräfte optimistischer in die Zukunft.

In der diesjährigen Umfrage wurden die Teilnehmenden dazu befragt, ob sie neue Angebote planen, neue Märkte erschließen, ihre Agilität steigern und Lieferketten diversifizieren. In Unternehmen, deren Führungskräfte diese Frage bejahen, fühlen sich die Befragten viel besser für künftige Unsicherheiten gerüstet.

Die Performance von M&E-Unternehmen wird besser

Anteil der Unternehmen, die die geschäftlichen Erwartungen übertroffen haben



Frage: Wie hat Ihr Unternehmen in den letzten drei Jahren (2020, 2021, 2022) abgeschnitten, gemessen an den geschäftlichen Erwartungen? 2020, 2021, 2022. 5-Punkte-Skala. Top 2 = Überdurchschnittliche Performance

„**Wir sind optimistisch.** Eine Zeit lang gab es das Narrativ, dass alles gestreamt wird und die Leute nicht mehr in die Kinos gehen. Aber wir haben gesehen, dass die Branche mit Qualitätsprodukten reagiert hat. **Dies ist ein kreatives Geschäft. Es wurde nicht auf einem Algorithmus aufgebaut.**“

–Hansjeet Duggal, Head of VFX beim US-amerikanischen Film- und TV-Produktionsstudio Artists Equity.

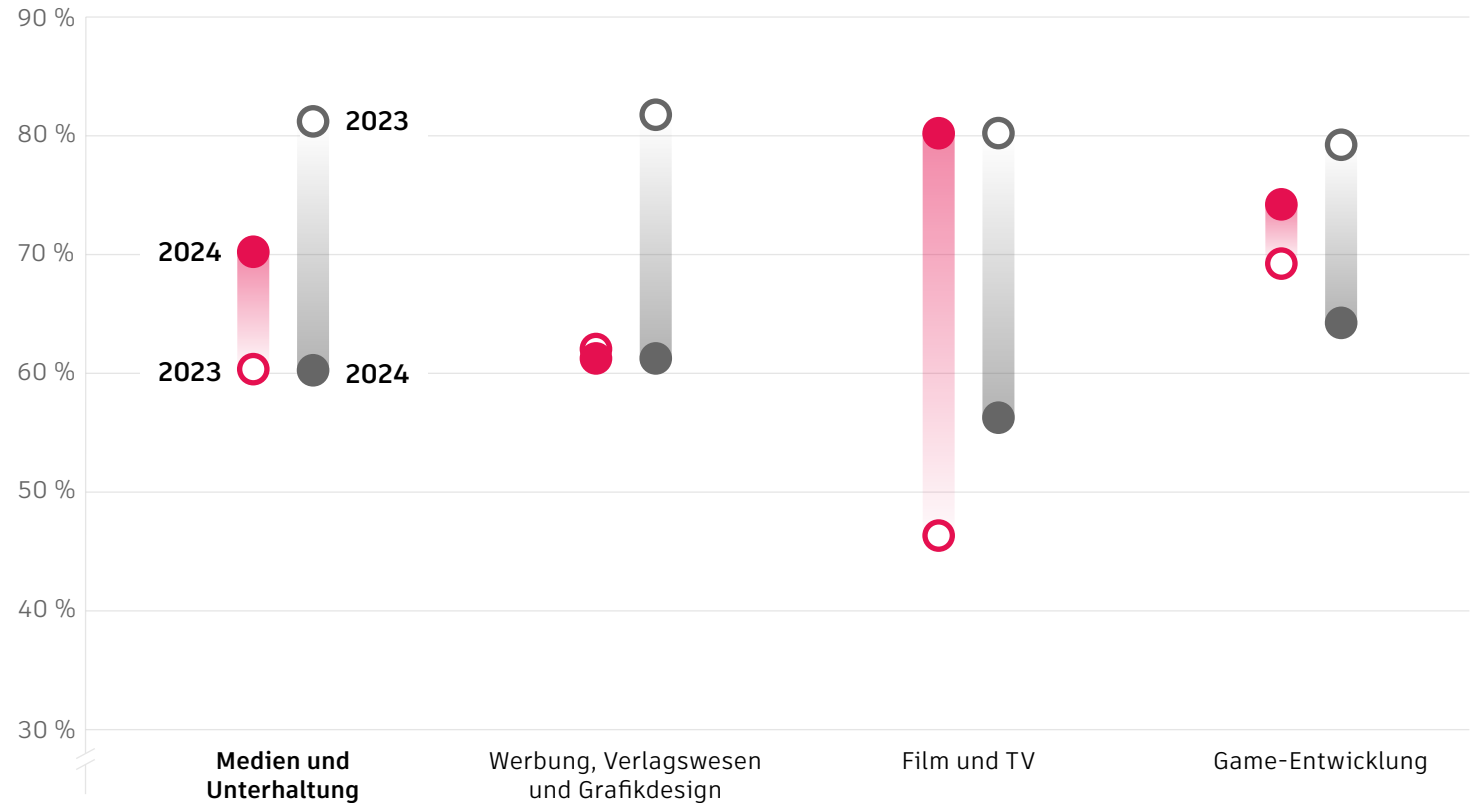
„**Im Vergleich zum letzten Jahr haben sich die Dinge in diesem Jahr deutlich verbessert.**

Gleichzeitig herrscht aber auch eine gewisse Skepsis, wie lange dieser Trend noch anhalten wird. Wir müssen unsere Fähigkeiten verbessern und diversifizieren, um auf Veränderungen und Trends im Markt reagieren zu können – zum Beispiel durch die Integration von immersiven Content-Plattformen.“»

–Jong-Hyun Jin, Director of VFX, beim koreanischen VFX-Spezialisten Dexter Studios

Film- und Fernsehunternehmen sind wesentlich besser auf Veränderungen vorbereitet

- Meine Firma ist auf die Bewältigung künftiger nicht vorhersehbarer Veränderungen vorbereitet
- Das zukünftige globale Umfeld scheint heute ungewisser als vor drei Jahren



Prozentsatz der Befragten, die den Aussagen zustimmen: 1. Mein Unternehmen ist auf die Bewältigung künftiger unvorhergesehener makroökonomischer und geopolitischer Veränderungen gut vorbereitet. 2. Das zukünftige globale Umfeld scheint heute ungewisser als vor drei Jahren. 5-Punkte-Skala. Top 2 = Zustimmung.

Das Thema Fachkräfte bleibt die größte Herausforderung für Unternehmen in der M&E-Branche

32 % der Fachleute und Führungskräfte in der Branche geben an, dass die Suche, Ausbildung und Bindung von Personal ihre größte geschäftliche Herausforderung darstellt. Damit steht das Thema Fachkräfte unter den wichtigsten geschäftlichen Herausforderungen weiterhin an erster Stelle. Der Prozentsatz ist jedoch gegenüber den 53 % noch vor einem Jahr deutlich gesunken. Der Fachkräftemangel steht zwar immer noch an erster Stelle, doch die Unternehmen sind davon nicht mehr ganz so stark betroffen: 42 % der Befragten meinen, dass der Zugang zu qualifiziertem Personal ein Hindernis für das Wachstum ihres Unternehmens darstellt, gegenüber 59 % im letzten Jahr.

Die Themen Kostenkontrolle und Kostenmanagement haben fast den gleichen Stellenwert: So sehen 31 % der Befragten aus der M&E-Branche darin ihre größte Herausforderung. Führungskräfte

in angeschlagenen Unternehmen machen sich verständlicherweise mehr Gedanken über die Kostenkontrolle als andere.

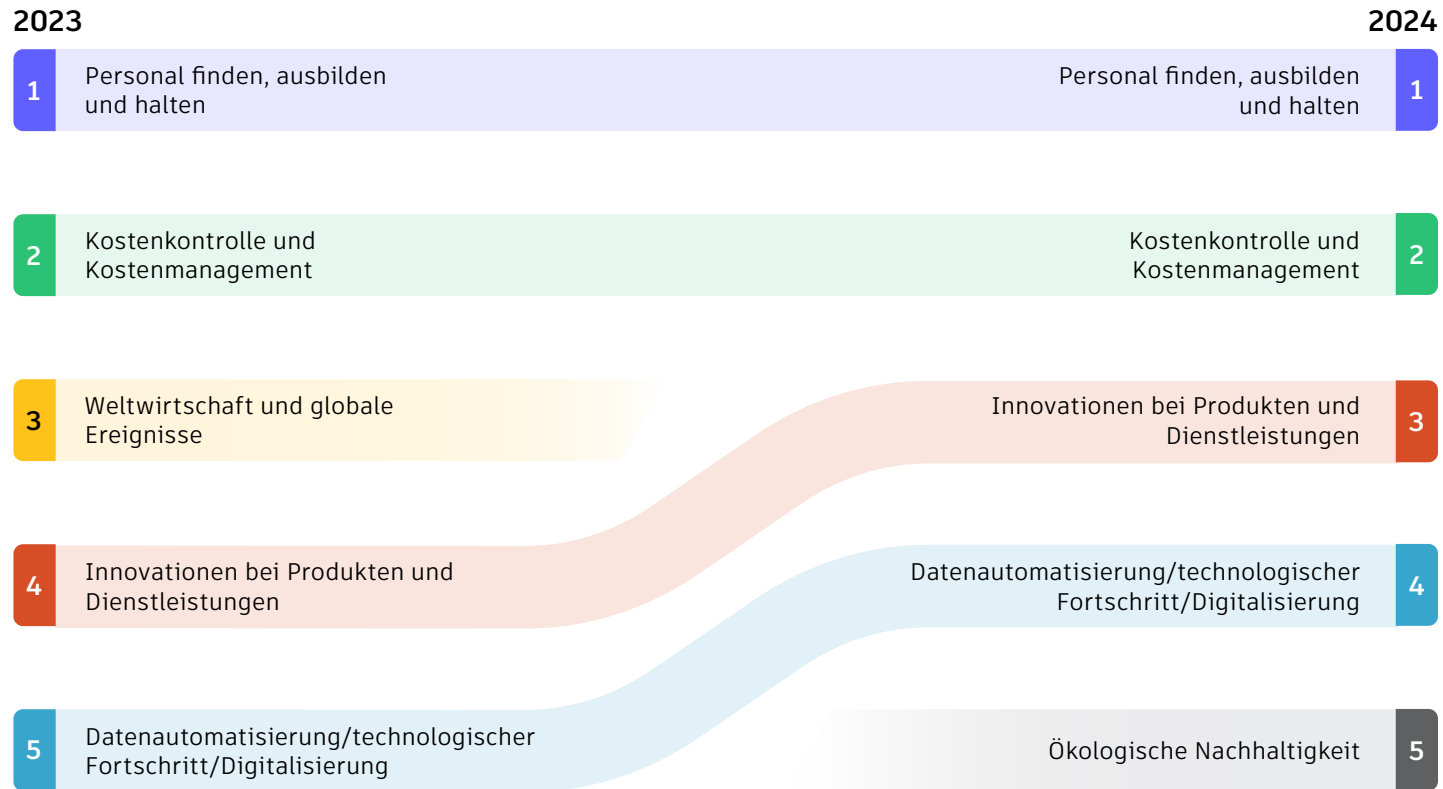
„Die Themenbereiche Kosten und Fachkräfte halten sich die Waage“, meint David Spilsbury, Chief Technology Officer beim britischen Animations- und VFX-Spezialisten Axis Studios. „Einerseits müssen wir Leute einstellen, um die Nachfrage zu decken, andererseits dürfen nicht zu stark wachsen, da wir sonst das Risiko eingehen, uns einem späteren Zeitpunkt wieder verkleinern zu müssen. Technologie kann helfen, das richtige Maß zu finden.“

Weitere große Herausforderungen sind Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen (29 %), ökologische Nachhaltigkeit (27 %), Datenautomatisierung (27 %) sowie Weltwirtschaft und globale Ereignisse (23 %).



Fachkräfte bleiben die größte Herausforderung für die M&E-Branche

Die 5 wichtigsten Herausforderungen im Vergleich zum Vorjahr



Frage: Was sind die drei größten Herausforderungen, denen Ihr Unternehmen derzeit gegenübersteht? Wählen Sie bis zu drei Antworten aus.

EINBLICK 2

Das Thema „Weltwirtschaft und globale Ereignisse“, das vor einem Jahr noch zu den drei größten Herausforderungen zählte, hat es in diesem Jahr nicht einmal mehr in die Top 5 geschafft. Allerdings ist zu beachten, dass die Umfragedaten vor dem Kriegsausbruch in Nahost im Oktober 2023 erhoben wurden.

Die Herausforderungen, mit denen Unternehmen zu kämpfen haben,

existieren nicht isoliert voneinander: Sie überschneiden sich und beeinflussen sich gegenseitig. Deshalb sind Entscheidungsträger gezwungen, konkurrierende Prioritäten abzuwägen. Das kann zum Beispiel bedeuten, dass sie sich nur für Nachhaltigkeitsinitiativen entscheiden, die sich kurzfristig finanziell rechnen, beispielsweise durch Energieeinsparungen. „Die Kostenkontrolle ist unbestreitbar wichtig.

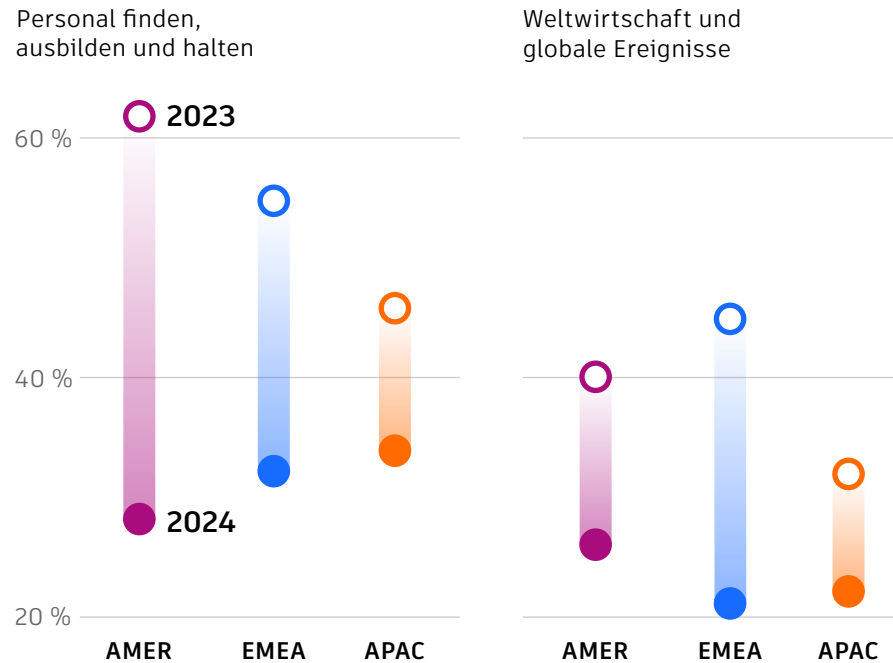
Doch in der Games-Branche ist es oft noch wichtiger, spezialisierte Fachkräfte zu gewinnen und zu halten“, meint Ji-Woong Hong, Executive Vice President of BF Production beim koreanischen Handy- und Online-Spieleentwickler COM2US. „Mag sein, dass die Kosten dadurch etwas höher sind, aber gute Leute zahlen sich für das Unternehmen langfristig aus.“

27 %

der M&E-Unternehmen haben ihre Technologieinvestitionen in den letzten drei Jahren stark erhöht, um bessere Projektergebnisse zu erzielen.

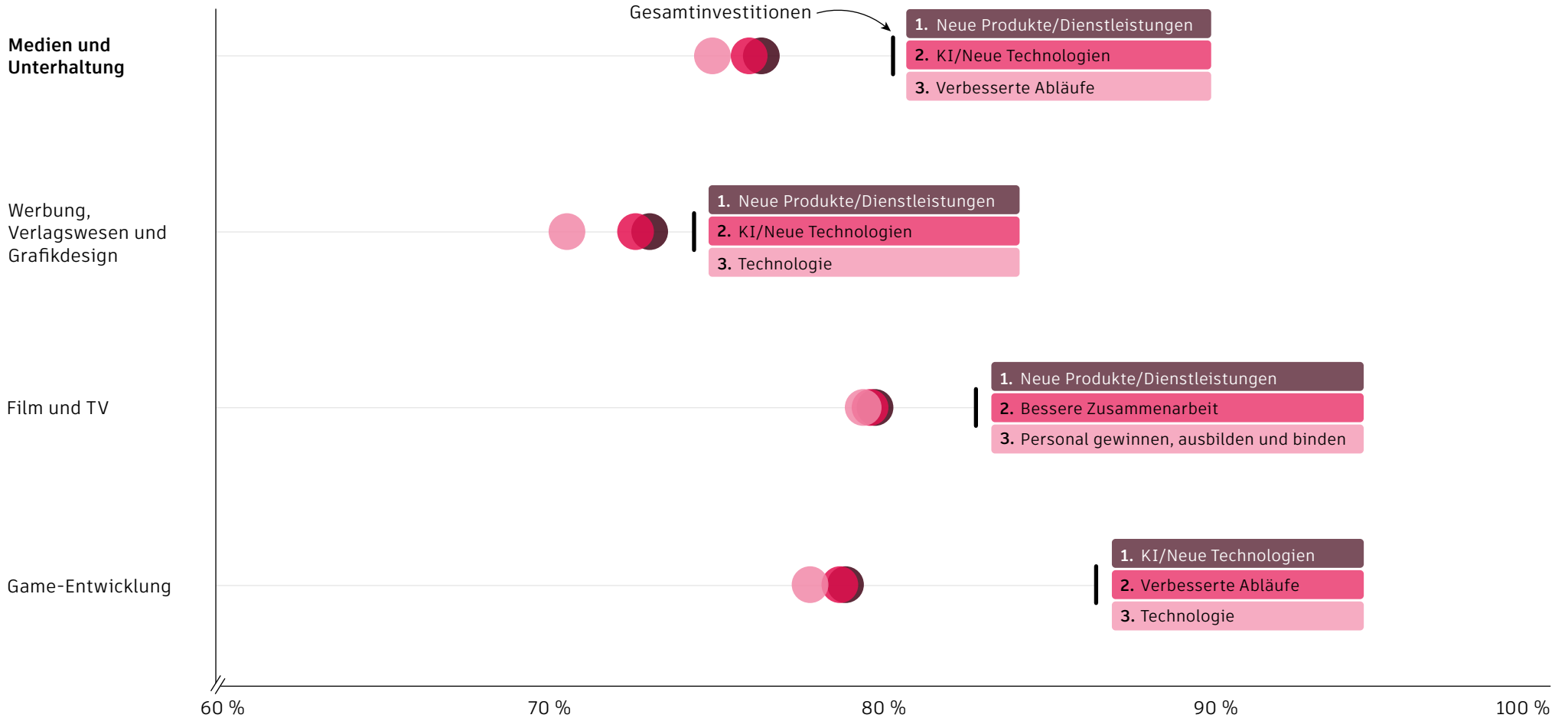


Regionale Veränderungen bei Personal und globalen Herausforderungen in M&E



Prozentsatz der Befragten in M&E, die „Personal finden, ausbilden und halten“ sowie „Weltwirtschaft und globale Ereignisse (z. B. Kriege, Pandemien, Inflation, Streiks)“ als größte Herausforderung nennen Frage: Was sind die drei größten Herausforderungen, denen Ihr Unternehmen derzeit gegenübersteht? 12 mögliche Antworten.

Top-Prioritäten für künftige Investitionen unterscheiden sich je nach M&E-Segment



EINBLICK 3

Unternehmen mit hohem digitalen Reifegrad sind erfolgreicher

Medien- und Unterhaltungsunternehmen, die in ihre digitale Transformation investieren, erzielen hierdurch beeindruckende Ergebnisse. Sie sind in ihren Branchen wettbewerbsfähiger, ihre Belegschaften sind produktiver und sie verzeichnen insgesamt eine bessere Leistung als Unternehmen, die weniger in ihre Digitalisierung investieren.

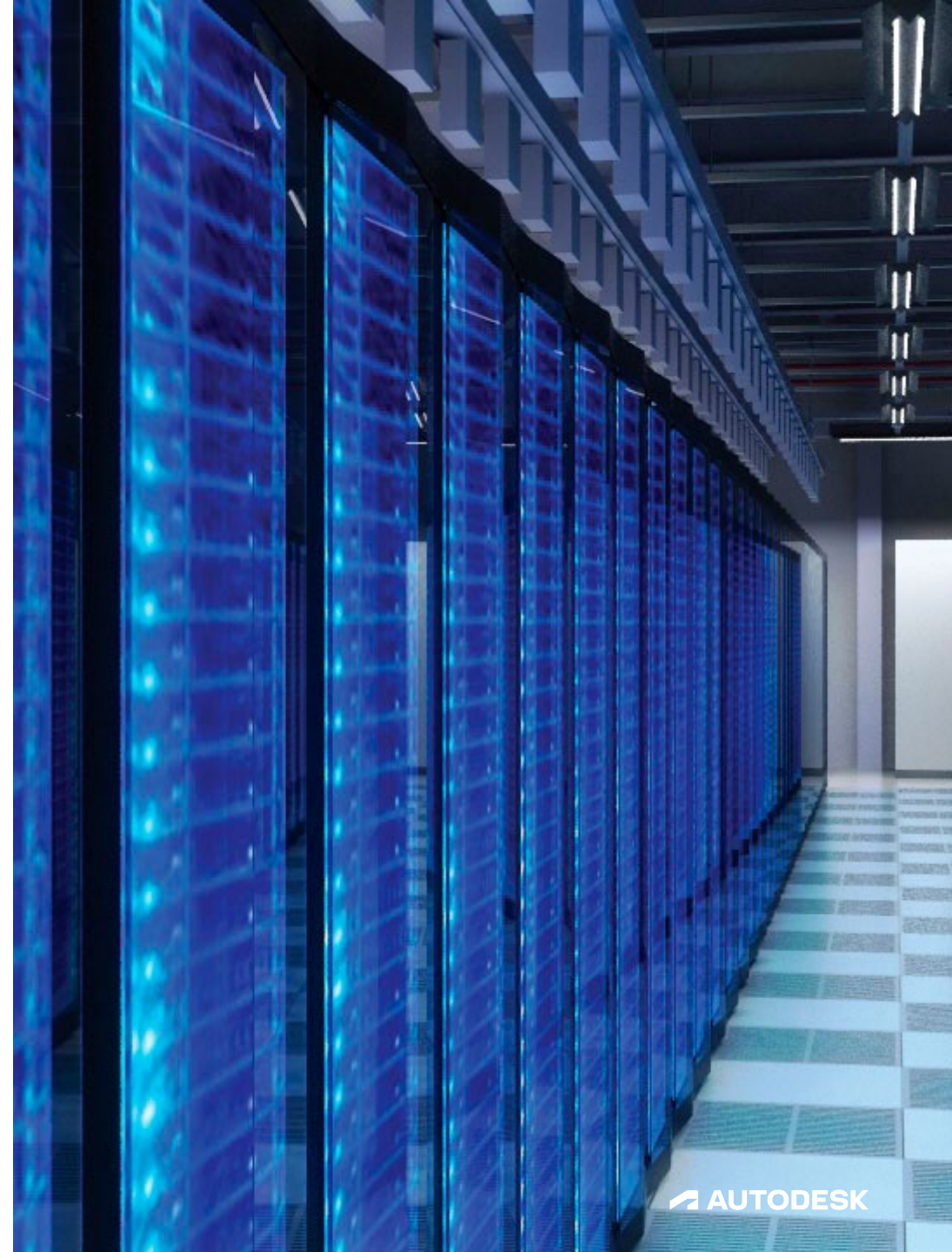
Diese Unterschiede werden deutlich, wenn wir Unternehmen vergleichen, die mehr oder weniger als 45 % ihres Umsatzes in Technologie investieren. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass effektive Investitionen in digitale Transformation mittlerweile für den Geschäftserfolg unerlässlich sind.

In M&E-Unternehmen, die mehr in Technologie investieren, neigen die Befragten eher dazu, ihre Performance als hoch einzuschätzen. In diesen Unternehmen haben Befragte außerdem das Gefühl,

dass ihr Arbeitgeber besser mit den Veränderungen in der Branche Schritt hält.

Die Befragten nennen zahlreiche Vorteile, die sie aus der digitalen Transformation ziehen. So ermöglicht die digitale Transformation beispielsweise erhebliche Produktivitätssteigerungen. In der M&E-Branche geben 34 % der Befragten an, dass die digitale Transformation die Produktivität verbessert. Weltweit berichten die Befragten, dass sich ihre Produktivität um 63 % verbessert hat.

„Wir haben einen hervorragenden digitalen Workflow“, meint Hansjeet Duggal, Head of VFX bei Artists Equity. „Wir können von überall aus arbeiten und dieselben Daten betrachten und Cuts miteinander austauschen – alles nur mit wenigen Klicks. Wir werden bald über die Cloud arbeiten. Dadurch werden unsere Prozesse im Vergleich zu SMS und E-Mail noch agiler und schneller.“



EINBLICK 3

Vorzüge einer effektiven digitalen Transformation

In diesem Bericht werden Unternehmen mit hohem digitalen Reifegrad als solche verstanden, die der beabsichtigten digitalen Transformation näher gekommen sind oder sie bereits erreicht haben.

Bei Befragten aus diesen Unternehmen ist es wahrscheinlicher als bei anderen, dass sie:

... eine „überdurchschnittliche“ oder „außergewöhnliche“ **Performance** erzielt haben **+26 %**

... in den letzten drei Jahren ihre **Investitionen** „gesteigert“ oder „stark gesteigert“ haben **+25 %**

... „sehr gut“ mit den **Veränderungen in der Branche** Schritt halten konnten **+20 %**

... zustimmen, für die **Zukunft gerüstet** zu sein **+26 %**

... bei der Datennutzung „sehr effektiv“ sind **+16 %**

Die größten Vorteile – und Hindernisse – der digitalen Transformation

Vorteile

Platz 1



Höhere Produktivität

Platz 2



Höhere Rentabilität

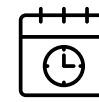
Platz 3



Verbesserte Kundenzufriedenheit

Hindernisse

Platz 1



Zeit, die in neue Tools und Denkweisen investiert werden muss

Platz 2



Kosten

Platz 3



Mangelndes Wissen oder fehlende technische Fähigkeiten für die Implementierung digitaler Lösungen

Die am häufigsten ausgewählte Antwort auf die Frage: Welche der folgenden Vorteile der digitalen Transformation hat Ihr Unternehmen wahrgenommen?
Die am häufigsten ausgewählte Antwort auf die Frage: Welche Hindernisse stehen der digitalen Transformation Ihres Unternehmens im Weg?



EINBLICK 3

Hindernisse für eine effektive digitale Transformation

Die digitale Transformation bietet erhebliche Vorteile, doch bestimmte Faktoren hindern die Unternehmen daran, im gewünschten Umfang zu investieren. So geben 32 % der Befragten an, dass Kosten ein Hindernis darstellen. 33 % sehen den erforderlichen Zeitaufwand für die Entwicklung neuer Tools und Denkweisen als Hindernis für ihr Unternehmen.

Fachleute und Führungskräfte berichten, dass die Implementierung neuer Tools für eine effektive digitale Transformation nicht ausreicht. Stattdessen müssen diese Lösungen mit Prozessverbesserungen und

neuen Denkweisen einhergehen, nicht nur unter Mitarbeitenden, sondern auch auf Führungsebene.

„Eines unserer großen Projekte ist ein neuer Technologie-Hub“, berichtet David Spilsbury, Chief Technology Officer bei Axis Studios. „Er befindet sich in einem Colo-Rechenzentrum und verlagert die gesamte Infrastruktur von einem Studio mit Künstlern in ein speziell dafür geschaffenes virtuelles Studio. Jetzt kümmern wir uns nicht mehr um Serverräume. Unsere Technologie wird auf dieser Plattform konsolidiert. So können wir sie dynamisch dort bereitstellen, wo sie benötigt wird. Das verschafft uns die nötige Resilienz.“

EINBLICK 3 – WELTWEIT

Digitale Reife ist heute die Norm

Die Wahrnehmung der digitalen Reife hat sich in nur einem Jahr komplett gewandelt.

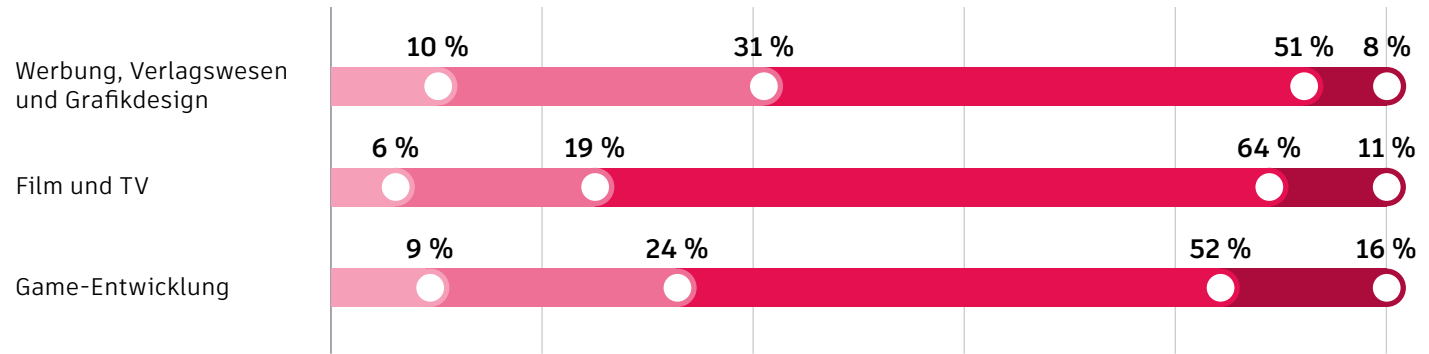
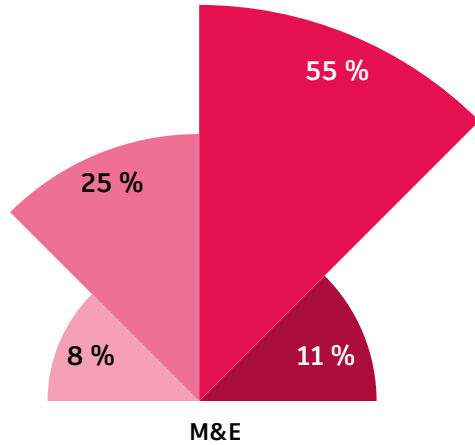
Im M&E-Bereich geben 66 % der Befragten an, dass ihr Unternehmen digital ausgereift ist. Noch im letzten Jahr stuften 50 % ihr Unternehmen als „weniger digital ausgereift“

ein. Das deutet darauf hin, dass die digitale Transformation einen Wendepunkt erreicht hat: Unternehmen sehen die positiven Auswirkungen ihrer Digitalisierung und investieren weiter, um mit der Konkurrenz Schritt zu halten. So sind effektive Initiativen für die Transformation heute für viele Unternehmen eine Notwendigkeit, wenn sie wettbewerbsfähig bleiben wollen.



Die meisten M&E-Segmente kommen ihren Transformationszielen näher

● Am Anfang
 ● Auf halbem Weg
 ● Nahezu am Ziel
 ● Am Ziel



Frage: Wo steht Ihr Unternehmen auf dem Weg zur vollständigen digitalen Transformation? 4-Punkte-Skala. Die Summe der Werte beträgt rundungsbedingt nicht 100 %.

EINBLICK 3 – M&E

Was bedeutet digitale Reife für M&E-Unternehmen?

Digital ausgereifte M&E-Unternehmen sind ihrer Konkurrenz weit voraus, wenn es um Praktiken geht, die der Schlüssel zum Erfolg in der Branche sind.

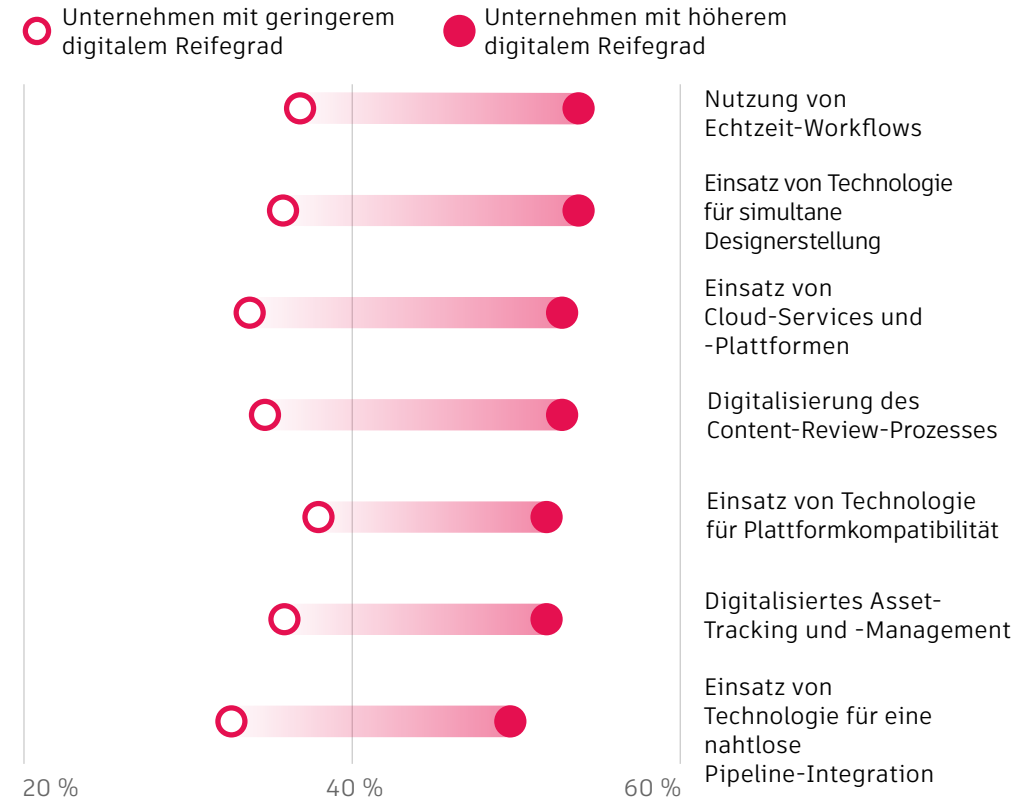
Branchenweit geben 66 % der Befragten an, dass ihr Unternehmen den gewünschten digitalen Reifegrad erreicht hat. Diese Unternehmen übertreffen andere bei der Nutzung von Cloud-Diensten und -Plattformen, dem Einsatz von Technologie für die simultane Designerstellung, Digital-Asset-Management und anderen wichtigen Prozessen. Diese Workflows wiederum führen zu bedeutenden Ergebnissen: beispielsweise einer Infrastruktur, die skalierbarer und flexibler ist. Auch die Monetarisierung und Wiederverwendung bestehender digitaler Assets wird dadurch möglich.

Nach Ansicht vieler befragter Fachleute aus der M&E-Branche bewirkt die digitale

Transformation messbare Vorteile, die sich in der täglichen Produktivität und Projektergebnissen positiv niederschlagen. Ihrer Erfahrung nach ermöglicht Cloud-Konnektivität Kreativprofis ganz neue Formen der Zusammenarbeit, und Investitionen in die Backend-Computing-Infrastruktur unterstützen komplexere Arbeiten in Bereichen wie visuellen Effekten.

Marion Guignolle, Lead Technical Design Animator beim Games-Entwickler Gearbox Studio Québec, merkt an, dass sich Unternehmen trotz des Drucks, schnell handeln zu müssen, gut überlegen sollten, in welche Tools sie investieren: „Es ist sehr wichtig, mit den aktuellen technologischen Entwicklungen Schritt zu halten. Denn die Technologie verändert sich täglich, und es gibt immer wieder etwas Neues. Man muss die Dinge selbst ausprobieren, um sich eine Meinung darüber zu bilden, was auf dem eigenen Gebiet funktioniert und was nicht. Wer seine Komfortzone nicht verlässt, wird abgehängt.“

M&E-Unternehmen mit höherem digitalem Reifegrad weisen auch eine höhere Prozessreife auf



Prozentsatz der Befragten, die für jeden Prozess „sehr ausgereift“ ausgewählt haben.
Frage: Wie ausgereift sind die folgenden Prozesse in Ihrem Unternehmen? 5-Punkte-Skala.
Zur Definition des digitalen Reifegrades siehe Glossar auf S. 55.

EINBLICK 4

Unternehmen machen bedeutende Fortschritte bei der Einführung von KI

Unternehmen blicken optimistisch auf das Thema Künstliche Intelligenz.

So geben 55 % an, dass sie ihrem Ziel, KI ins Unternehmen zu integrieren, näher gekommen sind oder es bereits erreicht haben. Diese Zahl wirkt auf den ersten Blick vielleicht überraschend, wenn man bedenkt, dass KI noch eine recht neue Technologie ist. Ein noch größerer Prozentsatz der Befragten gibt an, dass KI ihre Branche verbessern und innerhalb von zwei bis drei Jahren „flächendeckend unverzichtbar“ sein wird.

Die Resonanz auf die KI-gestützten Tools von Autodesk deutet auf ein ähnlich starkes Interesse an der Technologie hin. Die Beta-Version der KI-gestützten Arbeitsabläufe in Maya für die automatisierte Verwaltung von Szenendaten verzeichnete in nur wenigen Monaten einen Zuwachs von 60 % – ein beispielloser Erfolg in der Geschichte von Beta-Versionen bei Autodesk.

„KI ist in diesem Jahr ganz groß im Kommen“, meint Gaspard Roche, Associate Global Head of Characters bei Mikros Animation, einer

französischen Produktionsfirma für visuelle Effekte, Postproduktion und Animation.

„Wir müssen sie uns zunutze machen und unsere Möglichkeiten damit testen. KI spielt in unserem Unternehmen noch keine so große Rolle. Doch ich sehe ein großes Potenzial, vor allem für die Vereinfachung technischer Vorgänge.“

Derzeit sind die beiden führenden Anwendungsfälle für KI Produktivitätssteigerungen und die Automatisierung einfacher Routineaufgaben.

74 %

sind zuversichtlich, dass ihr Unternehmen in Bezug auf KI die **richtigen Entscheidungen** treffen wird.

76 %

stimmen zu, dass KI ihre Branche **verbessern** wird.

76 %

stimmen zu, dass durch KI die **Kreativität** in der Branche zunehmen wird.

68 %

stimmen zu, dass KI in 2–3 **Jahren flächendeckend unverzichtbar** sein wird.



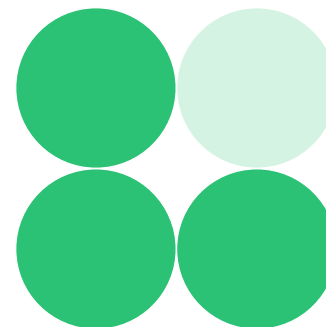
EINBLICK 4

KI: Vertrauenswürdiges Tool oder Bedrohung?

Das Vertrauen in KI ist außerordentlich hoch: 74 % der Befragten geben an, dass sie der Technologie für ihre Branche vertrauen. Diese Statistik wird jedoch durch eine vorsichtige Skepsis und Sorge getrübt, die in den Gesprächen mit Fachleuten und Führungskräften immer wieder anklingt: So glauben 46 % der Befragten, dass KI ihre Branche destabilisieren wird. Tatsächlich ist die Unterhaltungsindustrie bereits von den disruptiven Auswirkungen der KI betroffen. Ein weiteres Problem ist der Schutz geistiger Eigentumsrechte. Die Streiks der Screen Actors Guild-American Federation of Television and Radio Artists (SAG-AFTRA), die die Film- und Fernsehbranche in den USA kürzlich zum Stillstand zwangen, waren zum Teil auch eine Reaktion auf den Einsatz von KI beim Verfassen von Skripts und Drehbüchern.

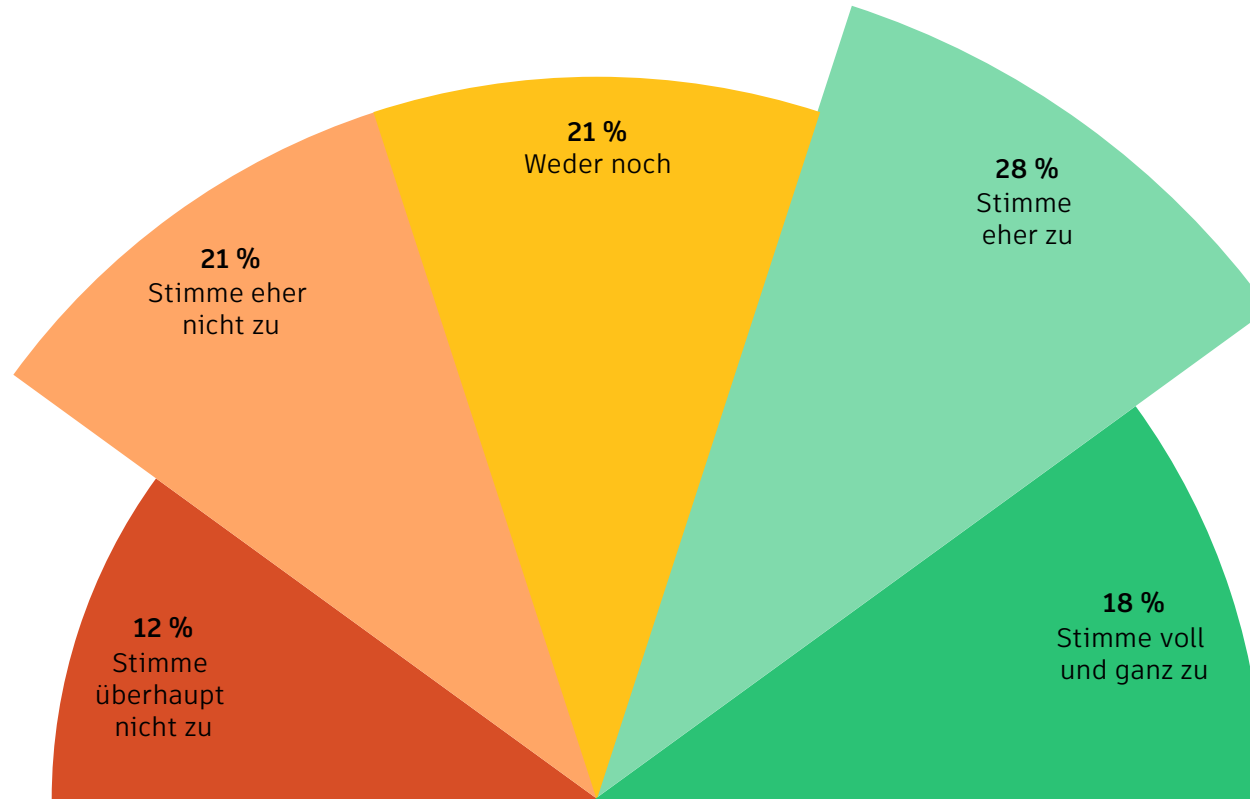
„Wir setzen keine KI in Projekten ein, die wir für Kunden realisieren“, versichert Milind D. Shinde, Gründer und CEO des indischen Animations- und Medienunternehmens 88 Pictures. „Für eigene Projekte wie Filme oder Games experimentieren wir durchaus mit verschiedenen KI-Tools.“

74 %
vertrauen den KI-Technologien
für ihre Branche



Bei der Frage, ob KI den Markt destabilisieren wird, gehen die Meinungen auseinander

Prozentsatz der Befragten aus der M&E-Branche, die in KI eine Bedrohung sehen



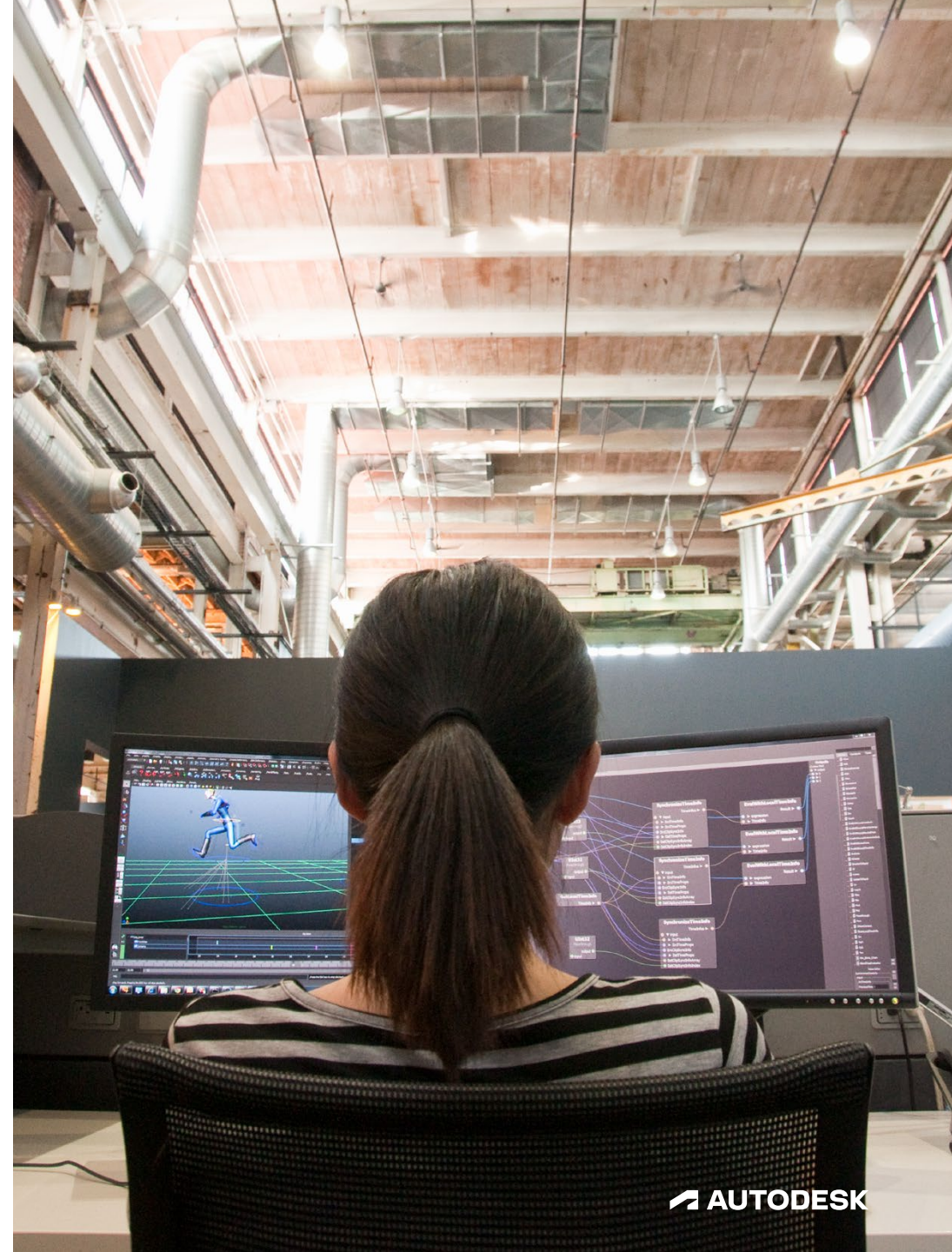
Frage: Wenn Sie an künstliche Intelligenz (KI) in Ihrer Branche und Ihrem Unternehmen denken: Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? KI wird meine Branche destabilisieren. 5-Punkte-Skala.

EINBLICK 4 – WELTWEIT

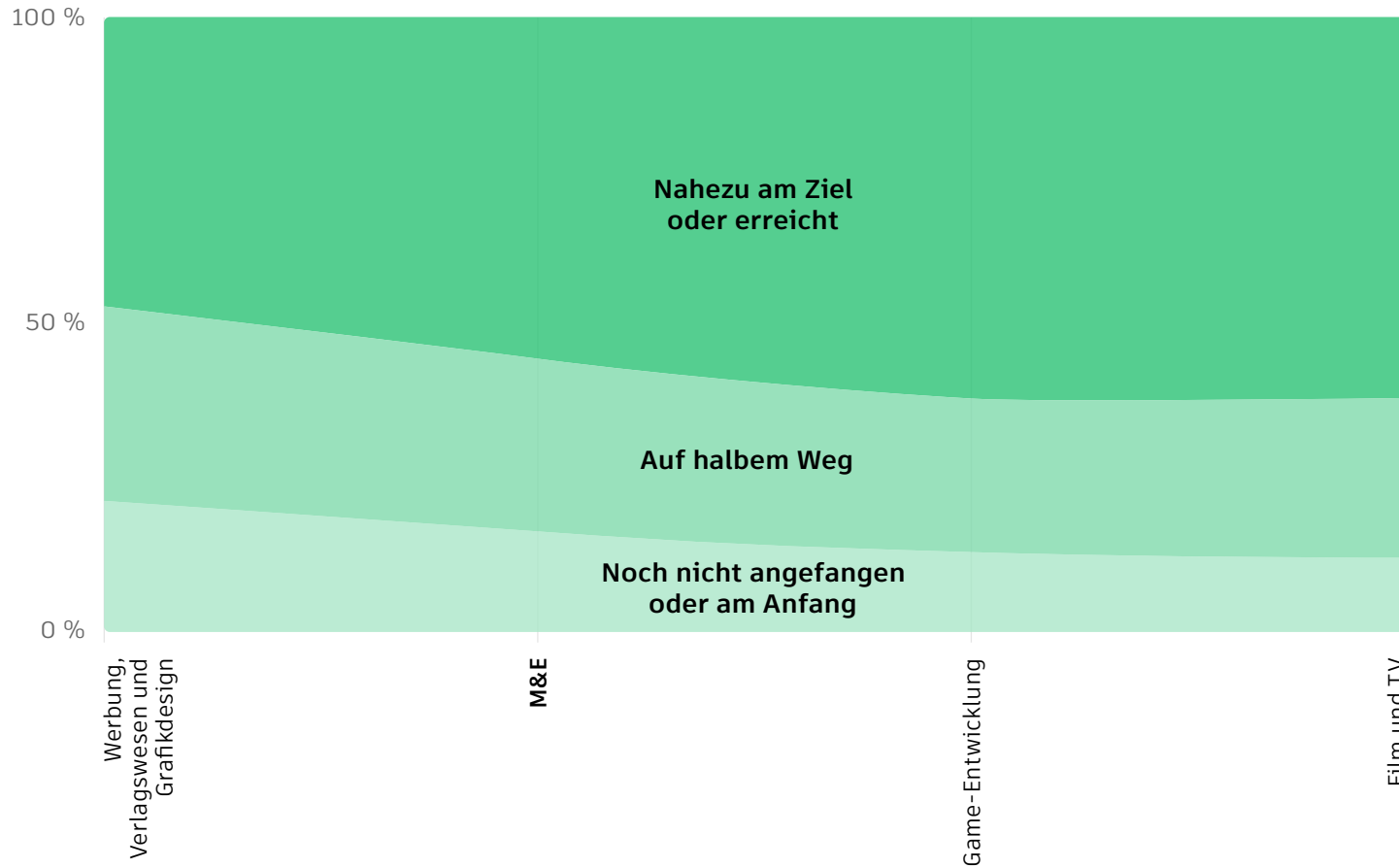
KI-Einführung nach Region und Subsektor

Unternehmen erkunden bereits verschiedenste KI-Anwendungsfälle, aber gesetzliche Bestimmungen weltweit bremsen die Einführung. Zudem müssen erst einige zentrale Herausforderungen bewältigt werden, damit Fachleute und Führungskräfte das nötige Vertrauen haben, um das Potenzial von KI voll auszuschöpfen.

Nichtsdestotrotz ist die Benutzeraktivität in den GenAI- und KI-basierten Autodesk-Produkten branchenübergreifend zwischen Januar und November 2023 um 24 % gestiegen (allerdings bei einer allgemeinen Zunahme von Abonnenten, die dabei nicht berücksichtigt wurde). In APAC war dieser Anstieg mit 55 % am größten.



M&E-Unternehmen gehen die KI-Einführung auf ganz unterschiedliche Weise an



Frage: Wo steht Ihr Unternehmen bei der Einführung von KI-Technologie? 5-Punkte-Skala.

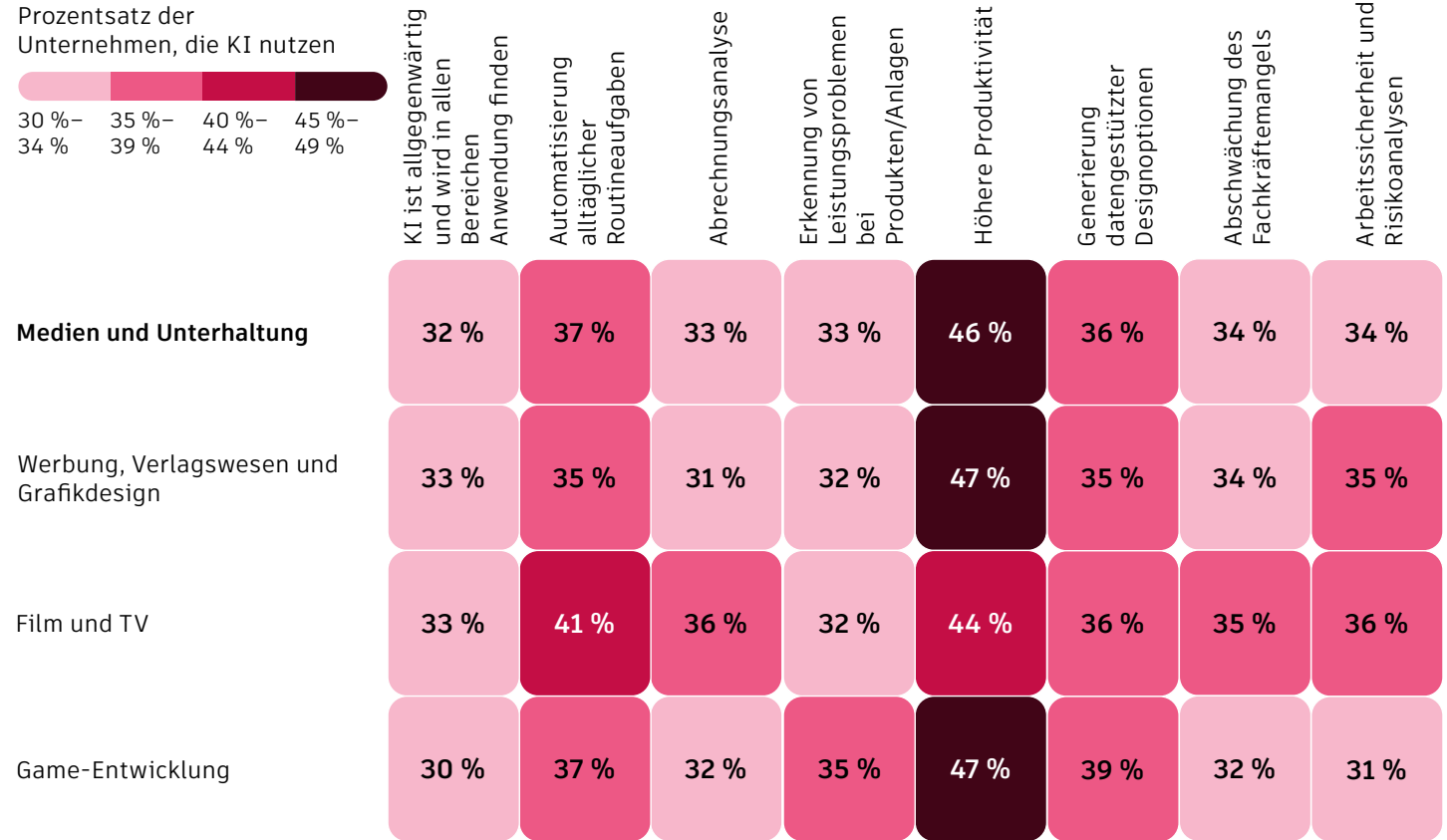
„KI hat so viele unterschiedliche Aspekte. Anbieter von Cybersicherheit integrieren KI in die Netzwerksicherheit. Heißt das, dass ein kreatives Unternehmen KI nutzt? Wir nutzen KI, um **unsere Systeme zu schützen**, aber wir erstellen damit keine Bilder. Unsere Kunden haben uns bereits gewarnt: „Sie dürfen KI nicht ohne unsere Zustimmung nutzen.“

–David Spilsbury, Chief Technology Officer bei Axis Studios

„Wir testen verschiedene Optionen für KI und ML [maschinelles Lernen] und wenden sie in unserer täglichen Arbeit an. Beispielsweise werden KI-Technologien zum Erstellen von Concept Art und von Anweisungen für neue Spiele eingesetzt. So kommen wir schneller zu Ergebnissen.“

–Ji-Woong Hong, Executive Vice President of BF Production bei COM2US

KI steigert nicht nur die Produktivität, sondern unterstützt auch diverse Anwendungsfälle in den verschiedenen M&E-Segmenten



Frage: Welche Anwendungsfälle in Sachen künstlicher Intelligenz verfolgt Ihr Unternehmen? Wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus.

Personalplanung

Maßnahmen gegen
den Fachkräftemangel





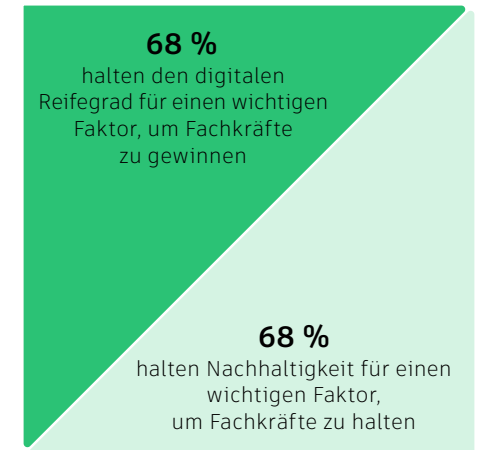
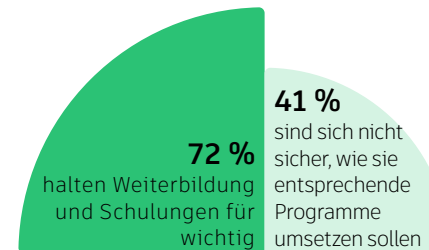
TALENT MANAGEMENT

Unternehmen versuchen, das Fachkräftedefizit durch Weiterbildung, Digitalisierung und Nachhaltigkeitsinitiativen abzubauen

Der Kampf um Fachkräfte ist zwar weniger intensiv als noch im letzten Jahr, aber längst nicht ausgestanden. Qualifiziertes Personal zu finden und zu halten ist für die meisten M&E-Unternehmen nach wie vor eine große Herausforderung.

Laut den befragten Fachleuten und Führungskräften hat sich der globale Arbeitsmarkt wieder zugunsten der Arbeitgeber entwickelt. Dennoch geben die Befragten an, dass ihre Unternehmen dem verbleibenden Fachkräftemangel durch eine Mischung aus Schulungen, Digitalisierung und anderen Methoden entgegenwirken.

Unternehmen erkennen, wie wichtig es ist, Fachkräfte zu entwickeln, aber es fehlen die Ressourcen





EINBLICK 5

Upskilling ist wichtig, aber für viele unerreichbar

Führungskräfte sind sich bewusst, wie wichtig die Schulung und gezielte Weiterbildung ihrer Beschäftigten ist. Doch viele wissen nicht, wie sie dies umsetzen sollen, und zudem fehlt Unternehmen oft das nötige Fachwissen, um effektive interne Schulungsprogramme zu entwickeln.

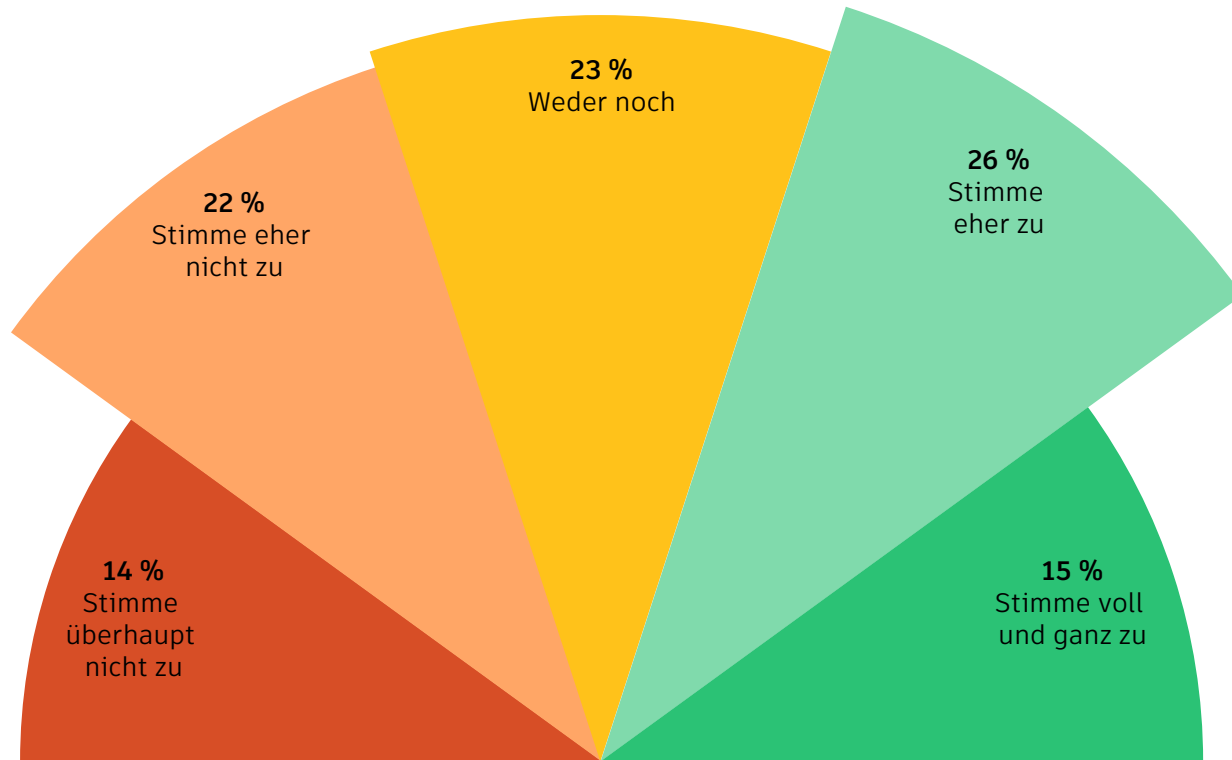
So stimmen 72 % der Befragten zu, dass Weiterbildung wichtig ist, aber nur 36 % geben an, dass ihr Unternehmen über die nötigen Kompetenzen und Ressourcen verfügt, um ein internes Weiterbildungsprogramm zu entwickeln. Diese Einschränkungen halten Unternehmen jedoch nicht völlig davon ab, Schulungen anzubieten: 68 % der

Befragten haben bereits Programme für lebenslanges Lernen umgesetzt.

Um die Aus- und Weiterbildungslücke zu schließen, holen sich einige Unternehmen externe Hilfe in Form von Schulungsplattformen von Drittanbietern. „Wir unterstützen aktiv das freiwillige und selbstgesteuerte Lernen. Dies gilt sowohl für interne als auch für externe Maßnahmen, mit denen die Mitarbeitenden ihre Kenntnisse und Fähigkeiten erweitern können“, berichtet Ji-Woong Hong von COM2US. „Unsere Mitarbeitenden haben Zugang zu einer Plattform, auf der sie sich jederzeit kostenlos für Kurse anmelden und an Schulungskursen teilnehmen können.“

M&E-Unternehmen fehlt es an Ressourcen oder Kompetenzen für interne Schulungsprogramme

Prozentsatz der Befragten, die zustimmen, dass ihnen die nötigen Ressourcen oder Kompetenzen fehlen



Frage: Mein Unternehmen verfügt nicht über die nötigen Kompetenzen oder Ressourcen, um interne Weiterbildungsprogramme zu entwickeln. 5-Punkte-Skala. Die Summe der Werte entspricht rundungsbedingt nicht 100 %.

EINBLICK 5

Andere Methoden für selbstgesteuertes Lernen umfassen im Produkt selbst integrierte Schulungen, in denen sich Mitarbeitende mit digitalen Tools vertraut machen können. Und diese Schulungen zeigen bereits erste Erfolge – oftmals zu geringeren Kosten als formale Schulungsprogramme.

„Formale Schulungen funktionieren nicht immer, denn die Leute lernen in ihrem eigenen Tempo und bringen unterschiedliche Voraussetzungen mit“, erklärt David Spilsbury von Axis Studios. „Das selbstmotivierte Lernen (zum Beispiel auf YouTube) ist hilfreich. Daher bieten wir unseren

Mitarbeitenden Orientierung, wenn sie nach Weiterbildungsmöglichkeiten fragen. Allerdings erreicht man mit informalen Angeboten nicht dasselbe Maß an Kohärenz wie mit formalen Weiterbildungsprogrammen.“

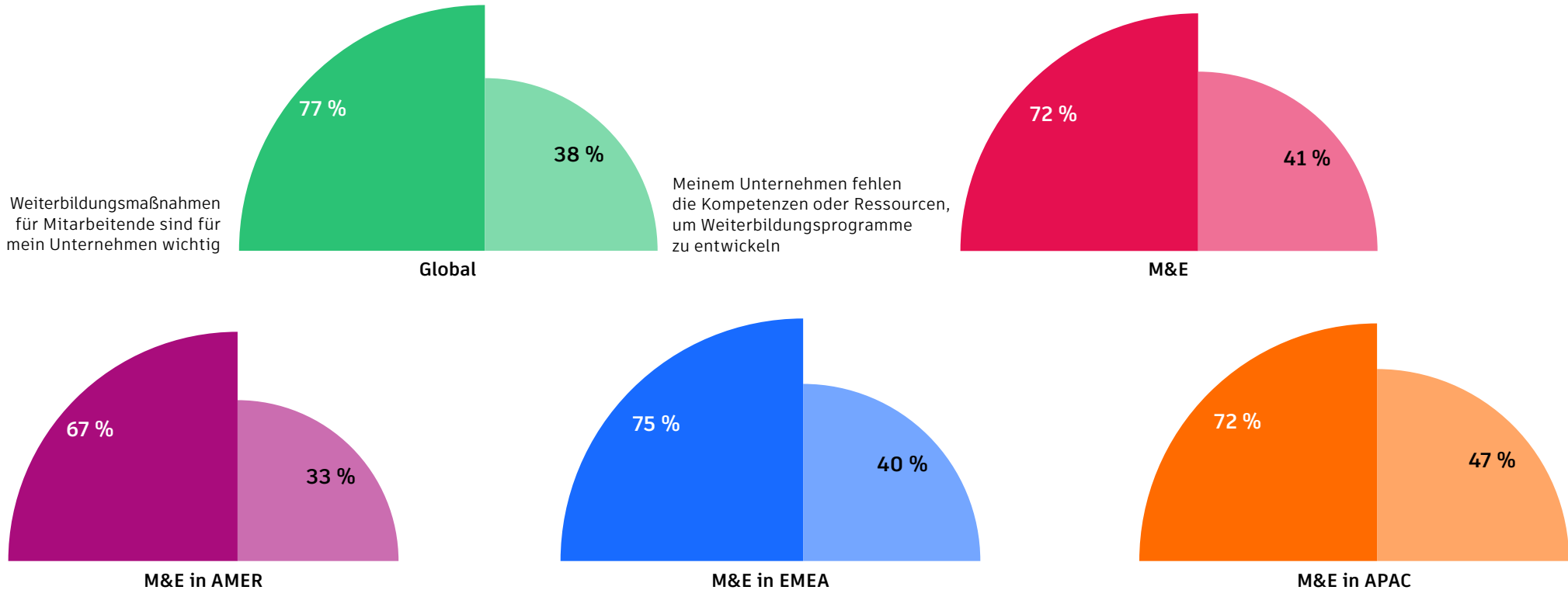
Digitale Kompetenzen sind gefragt

Die Fähigkeit, mit KI zu arbeiten, hat sich zur wichtigsten digitalen Kompetenz entwickelt, auf die Unternehmen achten – gefolgt von digitalem Design und Softwareentwicklung/Programmierung. Laut Branchenexperten sind diese Fähigkeiten unerlässlich, um die Vorteile der digitalen Transformation zu realisieren.



Weltweit fehlende Schulungsressourcen in M&E

Unternehmen möchten Weiterbildung anbieten, doch es fehlen die nötigen Ressourcen



Prozentsatz der Befragten in der M&E-Branche, die den Aussagen zustimmen: 1. Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeitende sind meinem Unternehmen wichtig.
2. Mein Unternehmen verfügt weder über die Kompetenzen noch über die Ressourcen, um interne Schulungsprogramme zu entwickeln. 5-Punkte-Skala. Top 2 = Zustimmung.

EINBLICK 5 – M&E

M&E-Kompetenzen der Zukunft

Fachleute und Führungskräfte aus der M&E-Branche sind sich weitgehend einig, dass digitale Fähigkeiten und die Bereitschaft, an selbstgesteuerten Lernangeboten teilzunehmen, ausschlaggebend für den künftigen Erfolg der Unternehmen in ihrem Bereich werden. „Flexibilität ist bei uns eine sehr geschätzte Fähigkeit“, meint Gaspard Roche, Associate Global Head of Characters bei Mikros Animation. „Wenn unsere kreativen Mitarbeitenden in verschiedenen Bereichen fit sind, können wir sie je nach Bedarf unterschiedlich einsetzen. Diese Flexibilität ist auch für die Mitarbeitenden interessant, denn sie lernen neue Aspekte unseres Geschäfts und neue Workflows kennen. Das wirkt sich auch positiv auf ihre Hauptkompetenzen aus.“

Daten von Autodesk bestätigen diese Beobachtung: Die Zahl der Zertifizierungen im M&E-Portfolio von Autodesk ist in den drei Jahren von 2021 bis Ende 2023 um

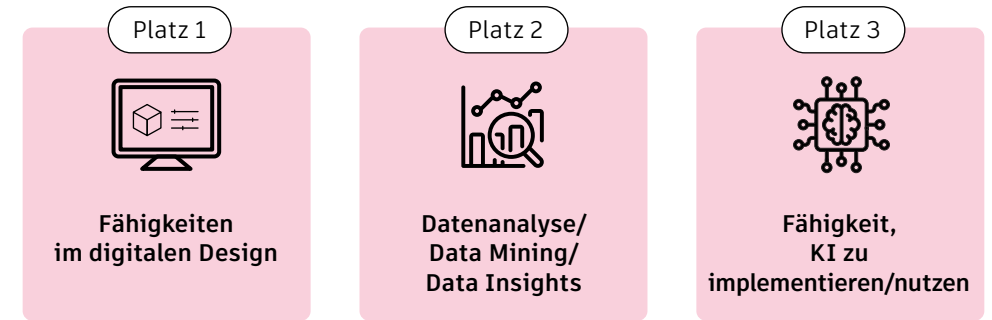
143 % gestiegen. Demnach betreffen die drei beliebtesten Weiterbildungsbereiche das Modellieren und Texturieren, das Echtzeit-Character-Rigging und die Architekturvisualisierung.

Im Großen und Ganzen äußert sich die Branche zur Rolle der KI in der kreativen Arbeit eher ambivalent. Dennoch meinen die Befragten aller Segmente der Branche, dass die Fähigkeit zur Implementierung von KI-Werkzeugen für künftige Beschäftigte eine notwendige Kompetenz sein wird.

„Die Fähigkeit, mit KI zu arbeiten und die Möglichkeiten dieser Technologie auszuschöpfen, wird künftig eine wichtige Kompetenz sein, sowohl bei den Artists als auch in der Planung und Entwicklung“, prognostiziert Ji-Woong Hong von COM2US. „Aber auch Technical Artists und Data Scientists, die mithilfe von KI-Modellen die Machbarkeit unterschiedlicher Geschäftsmodelle voraussagen können, werden sehr gefragt sein.“

Top-3-Kompetenzen der Zukunft

Film und TV



Game-Entwicklung



Werbung, Verlagswesen und Grafikdesign



Frage: Auf welche technischen oder digitalen Kompetenzen wird Ihr Unternehmen bei der Mitarbeitendensuche in den nächsten drei Jahren besonderen Wert legen? Wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus.

EINBLICK 6

Unternehmen verfolgen einen mehrgleisigen Ansatz, um das Problem des Fachkräftemangels zu lösen

Insgesamt stehen Unternehmen beim Thema Fachkräfte vor deutlich weniger Herausforderungen als noch im Vorjahr. So ist der Anteil der Befragten, die die mangelnde Verfügbarkeit qualifizierten Personals als Hindernis für das Unternehmenswachstum nennen, von 53 % auf 32 % deutlich gesunken.

Ein Grund für diesen Umschwung könnten makroökonomische Veränderungen sein: Einige große Unternehmen haben im letzten Jahr Personal abgebaut und die Anzahl offener Stellen in den USA ist nach der Pandemie auf einen neuen Tiefstand gesunken. Unternehmen ergreifen außerdem Schritte, um ihre Unternehmenskultur zu stärken. So wollen

sie nicht nur potenzielle Kandidaten anziehen, sondern auch vorhandenes Personal dabei unterstützen, produktiver zu arbeiten, und davon überzeugen, länger im Unternehmen zu bleiben.

Fachkräfte wollen für Unternehmen arbeiten, die ihnen die Möglichkeit geben, ihrer Arbeit produktiv und erfolgreich nachzugehen, und deren Handeln im Einklang mit den eigenen Werten steht. 68 % der befragten Fachleute und Führungskräfte geben an, dass ihr digitaler Reifegrad dabei hilft, Talente zu finden und zu halten, und 62 % berichten, dass sich Nachhaltigkeitsinitiativen auf die Zufriedenheit am Arbeitsplatz auswirken.





EINBLICK 6

Am häufigsten überbrücken Unternehmen den Fachkräftemangel durch verstärkte Rekrutierungsanstrengungen und Diversifizierung ihrer Weiterbildungs- und Schulungsprogramme. So bieten sie Weiterbildungsprogramme, Online-Kurse und diverse Formen des selbstgesteuerten Lernens an, wie zum Beispiel im Produkt integrierte Anleitungen. Letztere haben sich als ausgesprochen erfolgreich erwiesen und sind somit eine gangbare Alternative zu traditionellen Softwarekursen.

Konkurrenzfähige Gehälter und Leistungen, ein transparenterer und effizienterer Einstellungsprozess, Remote-Arbeit und die Förderung von Diversität und Inklusion sind allesamt wichtige Instrumente, um mehr qualifizierte Kräfte anzuziehen.

David Spilsbury von Axis Studios nennt flexible Arbeitsmöglichkeiten als Anziehungspunkt für Talente in seinem Bereich. „In unserer Branche ist ein Vollzeitjob im Homeoffice kein Problem“, berichtet er. „Somit entfallen

Barrieren wie zum Beispiel weite Wege und der Zeitaufwand fürs Pendeln.“ „Wir unterstützen das hybride Arbeitsmodell und haben es als Methode angewandt, um Fachkräfte zu halten. Anstatt von den Mitarbeitenden eine Präsenzpflcht im Studio zu verlangen, genügt es, wenn sie für Screenings, Veranstaltungen und Review-Sitzungen vorbeikommen. Das sind die Aktivitäten, bei denen ihre Präsenz sinnvoll ist.“

Andere weisen darauf hin, dass fortgesetzte Weiterbildung und Mentoring wichtig für die Zufriedenheit der Mitarbeitenden sind und zur Bindung beitragen. „Wir haben ein Onboarding- und Schulungsprogramm für Neueinstellungen eingeführt. Darin führen wir neue Mitarbeitende systematisch an die Praxis heran“, berichtet Ji-Woong Hong von COM2US. „Sie erhalten ein intensives Mentoring und Schulung von erfahrenen Entwicklerinnen und Entwicklern und kommen in kleineren Gruppen für die Arbeit an einem Game zusammen.“

EINBLICK 6

Ausgleich des Fachkräftemangels

In der Branche werden verschiedene Maßnahmen ergriffen, um die Herausforderungen rund um das Thema Fachkräfte zu bewältigen.

Unternehmen, die nur schwer qualifizierte Nachwuchskräfte gewinnen können oder eine alternde Belegschaft aufweisen, setzen zumeist auf die Stärkung von Einstellverfahren und Mitarbeiterschulungen. Unternehmen mit hoher Fluktuation konzentrieren sich hingegen eher darauf, Möglichkeiten zur Karriereentwicklung bereitzustellen und Gehälter und Leistungen zu erhöhen.

Es ist jedoch bemerkenswert, dass ein großer Anteil der Befragten trotz Fachkräftemangels in ihren Betrieben angibt, dass nichts dagegen unternommen wird.



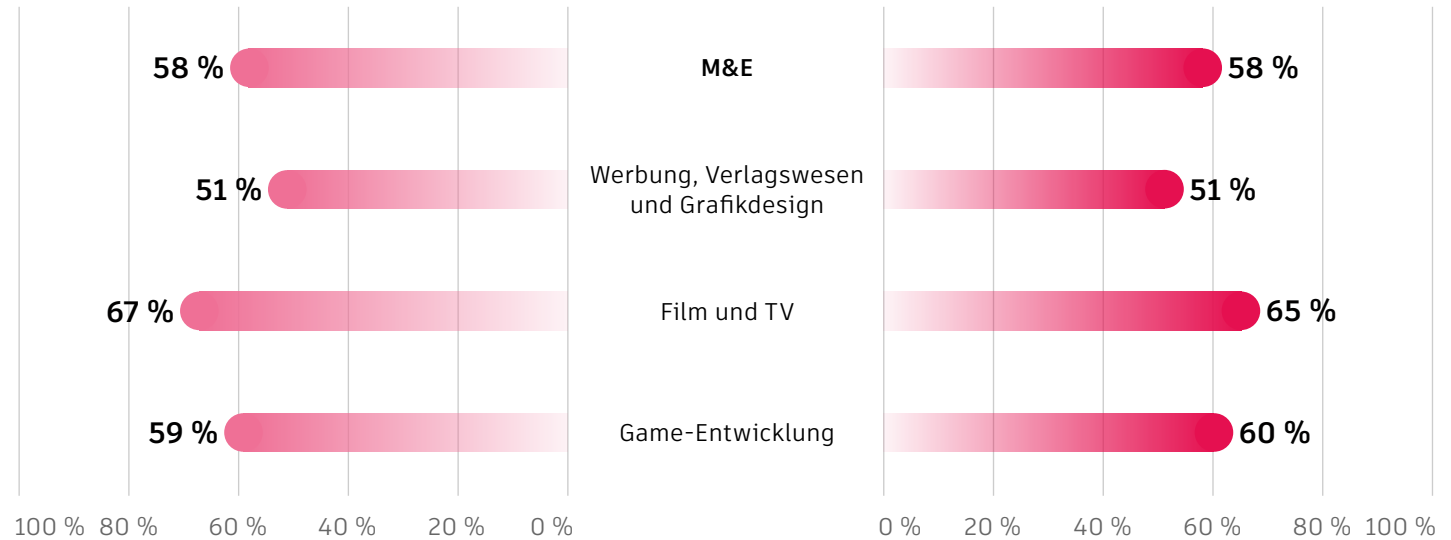
Mitarbeitende kehren ins Büro zurück, doch Remote-Beschäftigung bleibt gefragt

Beim Thema Remote-Arbeit sind die Umfragedaten nicht eindeutig: In der M&E-Branche geben 58 % der Befragten an, dass ihr Unternehmen die Rückkehr ins Büro verlangt – was darauf hindeutet, dass Arbeitgeber im Kampf um Talente nicht dem Willen der Arbeitnehmer nachgeben. 58 % geben jedoch an, dass ihr Unternehmen Remote-Work-Talente aus Regionen mit niedrigen Lebenshaltungskosten einstellen will – scheinbar ein Widerspruch. Grund für die anhaltende Einstellung von Remote-Mitarbeitenden ist wahrscheinlich, dass Unternehmen Kosten sparen wollen. Doch wer ohnehin in der Nähe eines Unternehmensstandorts arbeitet, muss eben ins Büro zurückkehren.

Die neue alte Normalität

Auf der einen Seite stellen M&E-Unternehmen Remote-Fachkräfte ein – und auf der anderen verlangen sie von ihren Mitarbeitenden, dass sie ins Büro zurückkehren

- Beschäftigte müssen ins Büro zurückkehren
- Verstärkte Einstellung von Remote-Fachkräften aus Regionen mit niedrigen Lebenshaltungskosten



Prozentsatz der Befragten aus der M&E-Branche, die den Aussagen zustimmen: 1. Mein Unternehmen erwartet, dass die Mitarbeiter ins Büro zurückkehren. 2. Mein Unternehmen will mehr Remote-Fachkräfte aus Gebieten mit niedrigen Lebenshaltungskosten einstellen. 5-Punkte-Skala. Top 2 = Zustimmung.

EINBLICK 6 – M&E SPOTLIGHT

88 Pictures

Milind D. Shinde, Gründer und CEO der indischen Medienproduktionsfirma 88 Pictures, hat im Zuge der Corona-Pandemie einen innovativen Talententwicklungsansatz entwickelt. Das Unternehmen gründete das Weiterbildungsinstitut Gurukul. Es bietet Mitarbeitenden aus entlegenen Gebieten die Möglichkeit eines dreimonatigen Traineeprogramms.

„Ich komme aus bescheidenen Verhältnissen in einer Kleinstadt. Was ich heute bin, verdanke ich den Chancen, die sich mir

boten. Aber nicht jeder erhält diese Chancen“, erzählt Shinde. „Wir finden Studierende aus entlegenen Teilen Indiens, in denen es wenig Infrastruktur gibt. Aber sind sehr wissbegierig und begabt. Wir bringen sie in eine Stadt wie Mumbai oder Bangalore und integrieren sie in unser System.“

Den Trainees werden „Buddies“ zugewiesen. Sie beginnen mit einfachen Aufgaben. Wenn sie ihre Fähigkeiten weiterentwickeln, dürfen sie dann an komplexeren Projekten arbeiten. Shinde sagt, dass das Programm „sehr erfolgreich“ ist und dass sich einige Studierende die notwendigen Fähigkeiten

für die Arbeit an Produktionen in nur sechs Monaten aneignen.

Diese Philosophie des lebenslangen Lernens erstreckt sich auch auf die Führungskräfte des Unternehmens, erzählt Shinde. „Unser Führungsteam braucht beispielsweise gute repräsentative Fähigkeiten. Dazu gehören auch sprachliche Fähigkeiten. Darum ist das Sprachtraining sehr wichtig“, bemerkt er. „All das sind Erfahrungen mit Weiterbildungsmaßnahmen, die zur Entwicklung vielseitig einsetzbarer Fachkräfte beitragen, anstatt einseitige Spezialisten heranzuzüchten.“



„Wir finden Studierende aus entlegenen Teilen Indiens, in denen es wenig Infrastruktur gibt. Aber sind sehr wissbegierig und begabt. Wir bringen sie in eine Stadt wie Mumbai oder Bangalore und integrieren sie in unser System.“

–Milind D. Shinde, Gründer und CEO, 88 Pictures

Nachhaltigkeit

Finanzieller Nutzen motiviert
zur Nachhaltigkeit



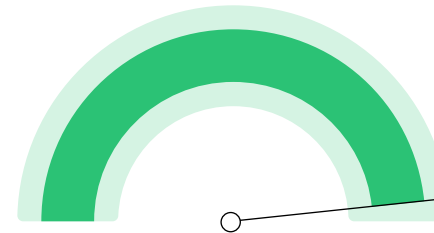


NACHHALTIGKEIT

Einstellung und Maßnahmen

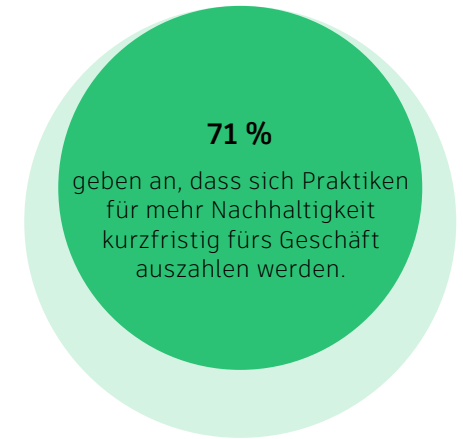
Nachhaltigkeit ist heute ein wichtiges Thema für Mitarbeitende, Kunden und Investoren in allen Sektoren der M&E-Industrie – und ein wichtiger Treiber für den Geschäftserfolg.

Diese veränderte Einstellung zum Thema Nachhaltigkeit sorgt dafür, dass Unternehmen entsprechende Maßnahmen ergreifen: Sie investieren in Energieeffizienz, reduzieren den Materialeinsatz und richten nachhaltigere Prozesse ein, die nicht nur besser für die Umwelt sind, sondern auch fürs Geschäft.



97 %

der Unternehmen haben Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit ergriffen



71 %

geben an, dass sich Praktiken für mehr Nachhaltigkeit kurzfristig fürs Geschäft auszahlen werden.

Unternehmen nehmen Nachhaltigkeit ernst

97 % der M&E-Unternehmen ergreifen Maßnahmen, um ihre Nachhaltigkeit zu steigern – vier Prozentpunkte mehr als im letzten Jahr.

35 % der Unternehmen setzen dabei auf KI. Und das ist nur logisch, denn wie nachhaltig ein Projekt tatsächlich ist, wird zu einem Großteil bereits in der Konzeptphase bestimmt. Und gerade hier kann die KI einen wertvollen Beitrag zur Entscheidungsfindung und damit auch zur Verbesserung spezifischer Ergebnisse liefern, auch bei der Nachhaltigkeit.

Zu den wichtigsten Veränderungen gehören der Einsatz von KI, um nachhaltiger zu sein, die Anwendung nachhaltiger Designprinzipien und ein erhöhter Anteil erneuerbarer Energiequellen. Bemerkenswert ist, dass sich die Maßnahmen, mit denen Unternehmen nachhaltiger werden wollen, stark voneinander unterscheiden. Das legt

nahe, dass Unternehmen ausschließlich Maßnahmen ergreifen, die in ihrem spezifischen Kontext effektiv sind, anstatt einfach nur beliebte Praktiken zu übernehmen.

Dies deckt sich mit den Autodesk-Daten: Sie zeigen, dass die Benutzerinteraktion mit Autodesk-Produkten, die nachhaltige Ergebnisse unterstützen, vom Januar 2023 bis zum November 2023 um 14 % zugenommen hat.

Stimmungswandel

Immer mehr M&E-Unternehmen ergreifen Maßnahmen, um die Nachhaltigkeit zu steigern. Und das beeinflusst auch, wie Fachleute und Führungskräfte über die Bemühungen ihres Unternehmens denken.

In diesem Jahr sind 78 % der Befragten stolz auf die Nachhaltigkeitsprogramme ihres Unternehmens – 2023 waren

es nur 42 %. Das ist ein massiver Stimmungsumschwung, der sich auch in den Gesprächen mit Fachleuten und Führungskräften widerspiegelt: Sie geben an, dass sich Führungsebene, Mitarbeitende und Kunden ihres Unternehmens allesamt nachhaltigere Ergebnisse wünschen.

„Beim Thema Nachhaltigkeit denken alle zuerst an Umweltschutz“, meint David Spilsbury von Axis Studios. „Aber wir wollen auch in sozialer Hinsicht nachhaltig sein. Wir wollen eine Branche aufbauen, in der Beschäftigte ihre Karriere vorantreiben können und in der Menschen aus allen Generationen und mit ganz unterschiedlichem Hintergrund in unserer Belegschaft vertreten sind. Das fördert die Kreativität und schafft eine nachhaltige soziale Umgebung für unser Unternehmen.“

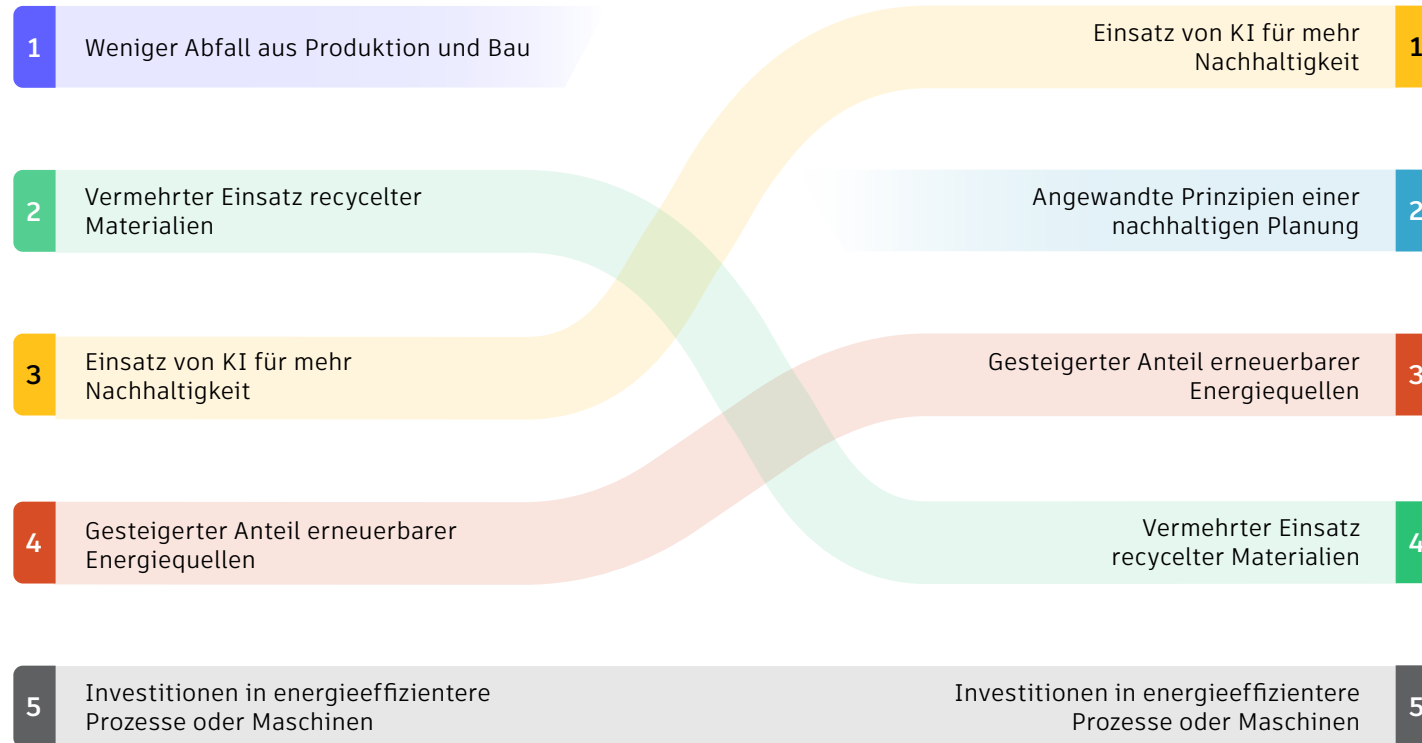


Große Veränderungen bei den wichtigsten Nachhaltigkeitsmaßnahmen in M&E

Die 5 wichtigsten Maßnahmen im Vergleich zum Vorjahr

2023

2024



Frage: Welche Änderungen hat Ihr Unternehmen bereits vorgenommen, um nachhaltiger zu werden? Alle zutreffenden Antworten auswählen

EINBLICK 7

Top-Motivatoren

Die Zeiten, in denen Nachhaltigkeit in erster Linie ein Anliegen staatlicher Regulierungsbehörden war, sind vorbei. Heute haben auch Kunden, Mitarbeitende und Investoren allesamt großen Einfluss, wenn es darum geht, Unternehmen zu mehr Nachhaltigkeit zu bewegen.

Weltweit geben gut 80 % der Befragten an, dass alle diese Gruppen Druck auf ihr Unternehmen ausüben, nachhaltiger zu sein. Der Einfluss staatlicher Regulierung fällt etwas geringer aus: Hier geben drei Viertel der Befragten an, dass der Nachhaltigkeitsdruck von Behördenseite kommt.

37 %

der Fachleute und Führungskräfte in der M&E-Industrie geben an, dass Mitarbeitende sehr einflussreich sind, um Unternehmen zur Formulierung und Erfüllung von Nachhaltigkeitszielen zu bewegen.

Laut den Befragten haben die folgenden Gruppen starken Einfluss auf Nachhaltigkeitsmaßnahmen:

82 %
Kunden

80 %
Investoren

80 %
Mitarbeitende

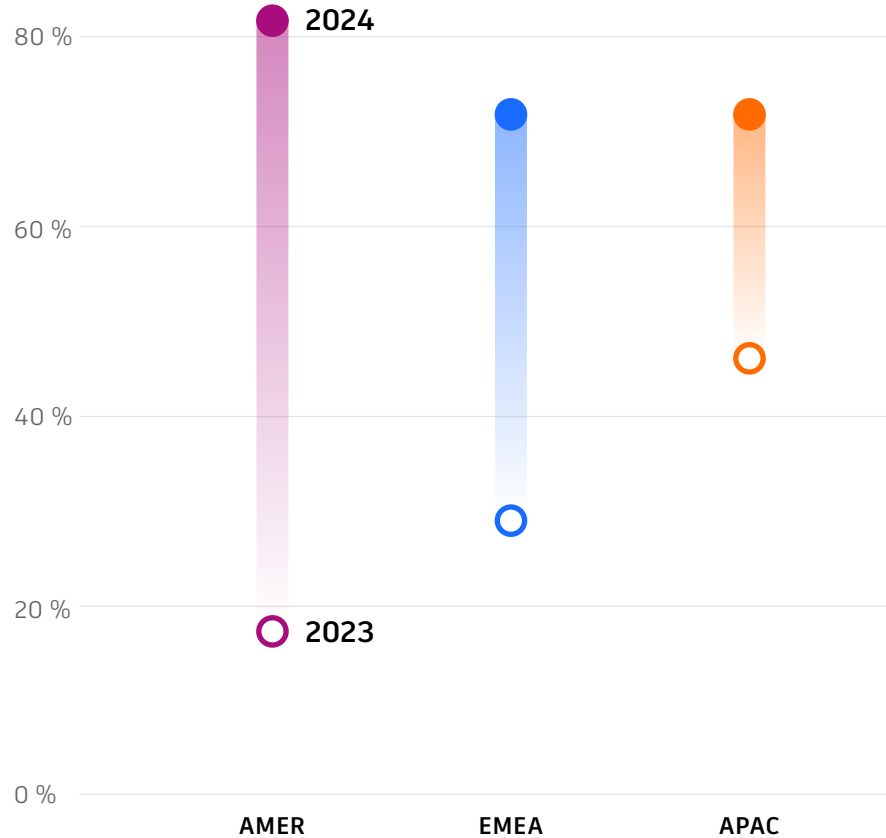
73 %
Behörden

EINBLICK 7 – WELTWEIT

Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit

74 % der Befragten aus der M&E-Branche sind der Meinung, dass ihr Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit führend ist.

M&E-Unternehmen sehen sich zunehmend als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit



Prozentsatz der Befragten aus der M&E-Branche, die folgender Aussage zustimmen:
Mein Unternehmen ist in der Branche führend, wenn es um Nachhaltigkeitsinitiativen geht.
Top 2 = Zustimmung. 5-Punkte-Skala.

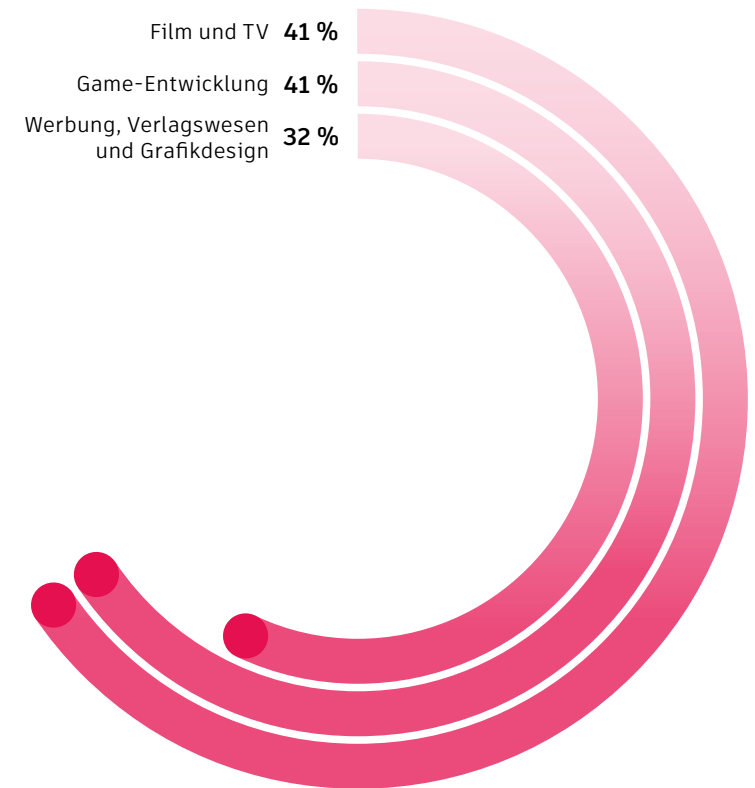
Nachhaltigkeit in M&E: jüngere Mitarbeitende machen Druck

Ji-Woong Hong vom Handy- und Online-Spieleentwickler COM2US merkt an, dass die M&E-Branche früher weniger mit dem Thema Nachhaltigkeit zu tun hatte als die Baubranche und die Fertigung. Dennoch hat sein Unternehmen bereits Umweltschulungen und Freiwilligenprogramme eingeführt, und er erwartet, dass die Branche künftig mehr in Nachhaltigkeitsinitiativen investieren wird.

Ein erheblicher Anteil der Fachleute und Führungskräfte aus der M&E-Branche sagt voraus, dass die nächste Mitarbeitendengeneration „sehr einflussreich“ sein wird, wenn es darum geht, Nachhaltigkeitsinitiativen in ihren Unternehmen anzuregen. Diese Entwicklung ist in der Film- und TV-Branche besonders ausgeprägt, ebenso wie im Games-Sektor: In beiden Segmenten sagen 41 %, dass die nächste Generation der Mitarbeitenden sehr einflussreich bei den Nachhaltigkeitsbemühungen ihrer Unternehmen sein wird.

Einfluss der nächsten Generation auf das Thema Nachhaltigkeit

Prozentsatz der Befragten, die angeben, dass die nächste Generation Nachhaltigkeitsinitiativen vorantreibt



Frage: Wie einflussreich ist die nächste Generation, wenn es darum geht, Ihr Unternehmen zur Formulierung und Erfüllung von Nachhaltigkeitszielen zu bewegen? 5-Punkte-Skala. Top-Antwort = sehr einflussreich.

EINBLICK 8

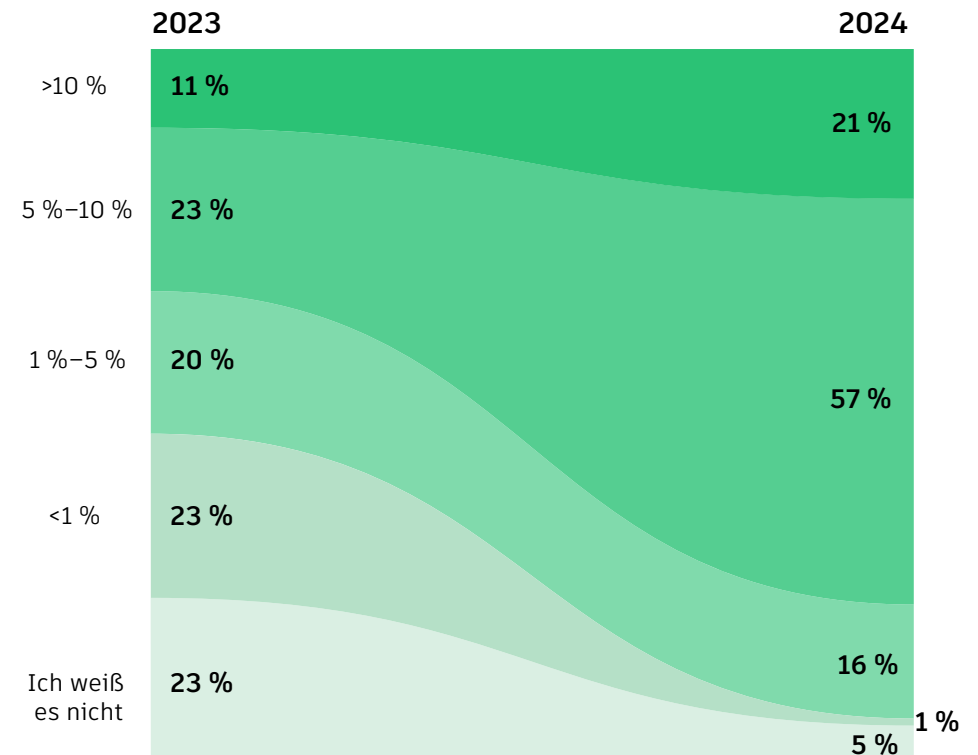
Nachhaltigkeit verbessert sowohl die kurz- als auch die langfristige Gesundheit von Unternehmen

Was schon im letzten Jahr galt, gilt heute umso mehr: Die Befragten sehen Nachhaltigkeit als förderlich für den Unternehmensgewinn.

71 % der Fachleute und Führungskräfte in der Medien- und Unterhaltungsbranche geben an, dass Nachhaltigkeit das kurzfristige Geschäft fördert. 87 % glauben, dass Nachhaltigkeit langfristig Vorteile bietet.

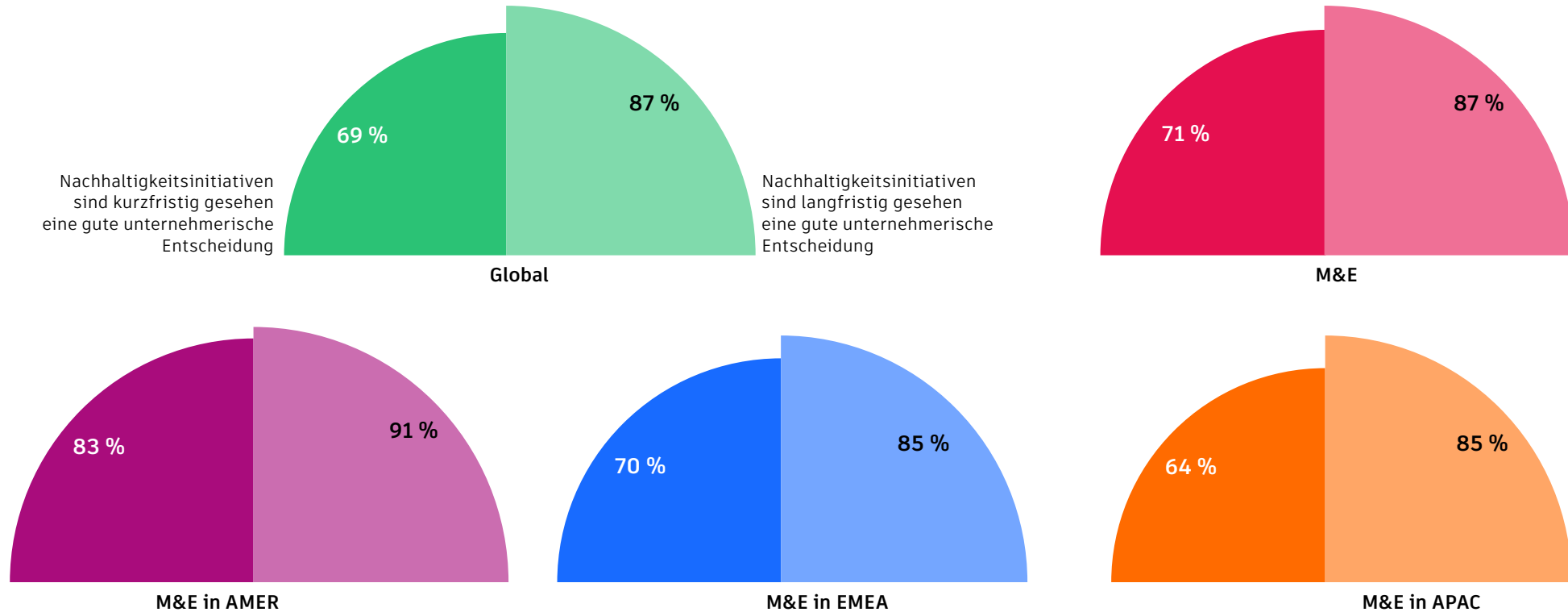
Ein Grund ist wahrscheinlich der verbesserte Ruf des Unternehmens bei Kunden und Mitarbeitenden. Doch Nachhaltigkeitsinitiativen bieten auch die Chance, Betriebskosten zu senken, etwa durch einen niedrigeren Energie- und Materialverbrauch.

Nachhaltigkeitsinitiativen steigern den langfristigen Umsatz von M&E-Unternehmen



Frage: Wie hoch ist nach Ihrer bestmöglichen Einschätzung der geschäftliche Nutzen (in Prozent des Jahresumsatzes), den Nachhaltigkeitsinitiativen langfristig in Ihrem Unternehmen generieren können? 5-Punkte-Skala.

Lang- oder kurzfristiger Geschäftswert von Nachhaltigkeit: Ein globaler Blick auf M&E-Unternehmen



Prozentsatz der Befragten aus der M&E-Branche, die den Aussagen zustimmen: 1. Nachhaltigkeitsinitiativen sind langfristig gesehen eine gute unternehmerische Entscheidung. 2. Nachhaltigkeitsinitiativen sind kurzfristig gesehen eine gute unternehmerische Entscheidung. 5-Punkte-Skala. Top 2 = Zustimmung.

EINBLICK 8 – M&E IM FOKUS

Axis Studios

David Spilsbury, Chief Technology Officer bei Axis Studios, erklärt, warum und wie M&E-Unternehmen die Nachhaltigkeit verbessern.

F: Wie können M&E-Unternehmen nachhaltiger werden?

A: Wir haben viele Möglichkeiten. Wir ziehen in ein grünes Rechenzentrum um, in dem wir ausschließlich nachhaltigen Strom verbrauchen. Wir kühlen mit Frischluft und verbessern dadurch unsere PUE [Power Usage Efficiency]. Unsere PUE hat sich

bereits von 2 auf 1,18 verbessert. Das ist ein sehr guter Wert für ein Rechenzentrum. Wir brauchen für die gleiche Arbeit nur noch gut halb so viel Energie.

F: Was sind die wichtigsten Motivationsfaktoren für die Verfolgung von Nachhaltigkeitsinitiativen?

A: Uns motiviert die Vorstellung, für den Planeten das Richtige zu tun. Aber ein großer Anteil unseres Personals hat heute auch ein größeres Bewusstsein für die Auswirkungen unserer Branche auf die Umwelt. Die Kunden achten ebenfalls auf Nachhaltigkeit.

F: Welche geschäftlichen Vorteile sehen Sie in der Nachhaltigkeit?

A: Wenn Sie alles im Hinblick auf Nachhaltigkeit auf den Prüfstand stellen, finden Sie Möglichkeiten für mehr Effizienz, mit denen Sie Ihren Wettbewerbsvorsprung ausbauen können.



„Wenn Sie alles im Hinblick auf Nachhaltigkeit auf den Prüfstand stellen, finden Sie Möglichkeiten für mehr Effizienz, mit denen Sie Ihren Wettbewerbsvorsprung ausbauen können.“

–David Spilsbury, Chief Technology Officer, Axis Studios

Wenn Sie Dinge wiederverwenden und Prozesse schneller und kostengünstiger durchführen können, sparen Sie Geld – und gewinnen zugleich eine gute Marketing-Story. Wir können nicht alles auf einmal verändern. Aber wir denken um und betrachten alles unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit.



Fazit

Weltweit stehen Führungskräfte in der M&E-Branche weiterhin vor Herausforderungen bei Personal und Kosten. Doch es herrscht neuer Optimismus und stärkeres Vertrauen in die Resilienz ihrer Betriebe, nachdem sie pandemiebedingte Lieferkettenprobleme überstanden haben und die befürchtete globale Rezession ausgeblieben ist.

Angesichts der anhaltenden Herausforderungen im Recruiting investieren einige Unternehmen viel Geld in die Weiterbildung ihrer vorhandenen Belegschaft, um den Fachkräftemangel auszugleichen. Nahezu alle Unternehmen erhöhen ihre Investitionen in KI und zeigen damit ein hohes Maß an Vertrauen in neue Technologien – auch wenn es nach wie vor Bedenken gibt.

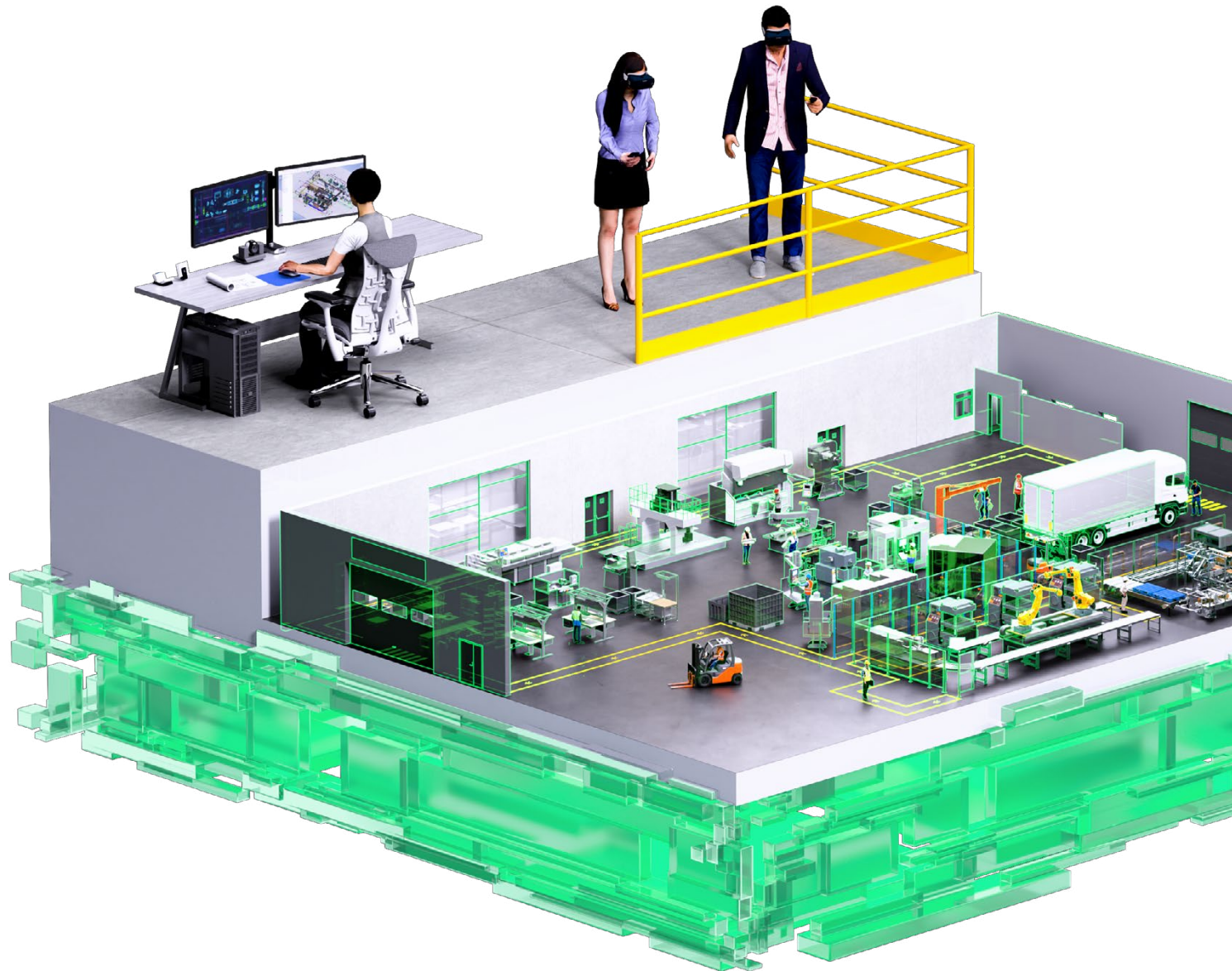
Durch die Volatilität der letzten Jahre haben viele Unternehmen eine

abwartende Haltung eingenommen, weil sie ständig gezwungen waren, auf neue Marktbedingungen zu reagieren. Doch heute fühlen sich Führungskräfte besser dafür gerüstet, geschäftliche Herausforderungen zu meistern, und planen deshalb für eine sicherere Zukunft. Angetrieben durch diesen Optimismus erkunden sie neue Technologien, Prozesse und Ideen, die neue Wachstumschancen eröffnen und die Zukunft von Design and Make prägen werden.

Anhang

Methodik

Glossar

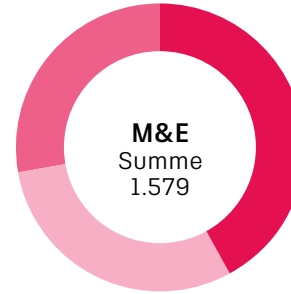


Methodik

Für den diesjährigen Bericht hat Autodesk weltweit 5.399 Führungskräfte, Zukunftsforschende und Fachleute aus folgenden Branchen befragt: Architektur, Ingenieur-/Bauwesen und Betrieb (AECO), Produktentwicklung und Fertigung (D&M) sowie Medien und Unterhaltung (M&E). Dieser Bericht enthält die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie, aufgeschlüsselt nach Sektoren und Regionen.

Die quantitativen Daten (n = 1579) in der Untergruppe M&E wurden von Juli bis September 2023 durch eine 20-minütige Online-Umfrage erhoben. Autodesk hat bei der Erhebung dieser Daten mit Qualtrics zusammengearbeitet.

* Den vollständigen Fragebogen, der in der Umfrage verwendet wurde, finden Sie hier.



- 42 % Werbung, Verlagsweser und Grafikdesign
- 30 % Film und TV
- 28 % Game-Entwicklung

Die Untergruppe M&E umfasst:

24 % AMER

34 % EMEA

42 % APAC

63 %

der Teilnehmenden haben Entscheidungsbefugnis in ihren Unternehmen.

Durchschnittlich verfügen die Befragten über

10 Jahre

Branchenerfahrung.

Glossar

Unternehmensgröße:

- **Klein:** 1 bis 19 Beschäftigte
- **Mittel:** 20 bis 4.999 Beschäftigte
- **Groß:** 5.000 Beschäftigte und mehr

Digitaler Reifegrad:

Die Teilnehmenden wurden gefragt, wie weit ihre Unternehmen auf dem Weg zur Transformation vorangeschritten sind. Unternehmen, deren Befragte angaben, auf diesem Weg noch „am Anfang“ oder „auf halbem Weg“ zu stehen, gelten als Unternehmen mit geringerem digitalem Reifegrad. Unternehmen, deren Befragte angaben, dass sie in Bezug auf die digitale Transformation ihr „Ziel nahezu erreicht“ oder ihr „Ziel erreicht“ haben, gelten als Unternehmen mit höherem digitalem Reifegrad.

Branche:

AECO: Architektur-, Ingenieur- und Bauwesen sowie Objektbetrieb

- Architekturdienstleistungen
- Gebäudeeigentümer (Bauträger, Immobilienentwickler, Behörden)
- Eigentümer von Tief- und Infrastrukturbauten (z. B. Verkehr, Wasser)
- Baudienstleistungen
- Ingenieurdienstleistungen
- Bergbau, Öl und Gas
- Versorgung und Telekommunikation

D&M: Produktentwicklung und Fertigung

- Luft- und Raumfahrttechnik, Rüstungsgüter
- Automobil- und Transportindustrie (einschließlich Zulieferer)
- Bauprodukte
- Konsumgüter
- Industriemaschinen
- Life-Sciences-Fertigung
- Prozessfertigung

M&E: Medien und Unterhaltung

- Werbung, Verlagswesen und Grafikdesign
- Film und TV
- Game-Entwicklung

Führungskräfte und Fachleute:

- **Führungskräfte:** 70 % der Teilnehmenden haben Entscheidungsbefugnis in ihren Unternehmen. In diesem Bericht wird diese Gruppe als „Führungskräfte“ bezeichnet. Zu dieser Gruppe zählen Eigentümer und Eigentümerinnen, Geschäftsführer und Geschäftsführerinnen sowie VP- und C-Level-Positionen.
- **Fachleute:** Die übrigen 30 % der Befragten werden als „Fachleute“ bezeichnet. Zu dieser Gruppe gehören Befragte ohne Führungsverantwortung und Angehörige des mittleren Managements.

Performance:

Unternehmen, deren Fachleute und Führungskräfte die Leistung ihres Unternehmens im Hinblick auf die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Metriken als „überdurchschnittlich“ oder „herausragend“ bewerteten, gelten als Top-Performer.

Region:

APAC: Asien, Pazifik

- Australien, China, Indien, Japan, Südkorea

EMEA: Europa, Naher Osten und Afrika

- Deutschland, Frankreich, Italien, Naher Osten (Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate), Niederlande, Skandinavien (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden), Spanien, Türkei, Vereinigtes Königreich

AMER: Nord-, Mittel- und Südamerika

- Brasilien, Kanada, Mexiko, USA

Nachhaltigkeit:

Die Fragen zum Thema Nachhaltigkeit, beispielsweise hinsichtlich der von den Unternehmen umgesetzten Veränderungen, beziehen sich auf die ökologische Dimension. Diese Definition wurde jedoch nicht explizit angegeben.

In Einzelgesprächen wurde eine deskriptive Definition verwendet, die auf der Definition der Vereinten Nationen basiert: „Befriedigung der Bedürfnisse der Gegenwart, ohne die Fähigkeit künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“ Den Befragten wurde mitgeteilt, dass diese Definition Anstrengungen in Bezug auf die Umwelt (zur Minderung der Auswirkungen auf den Klimawandel), die Gesellschaft (soziales Wohl, Verbesserung der Lebensqualität der Bevölkerung) und Corporate Governance beinhaltet.

Über Autodesk

Autodesk verändert die Art und Weise, wie die Welt gestaltet und geschaffen wird. Mit der Technologie von Autodesk können innovative Entwickler auf der ganzen Welt große und kleine Herausforderungen meistern – in Architektur, Ingenieur- und Bauwesen, Produktentwicklung, Fertigung sowie Medien und Unterhaltung. Von nachhaltigeren Gebäuden über intelligentere Produkte bis hin zu mitreißenden Blockbuster-Filmen: Autodesk-Software hilft Kunden dabei, für alle eine bessere Welt zu gestalten. Um weitere Informationen zu erhalten, besuchen Sie autodesk.de oder folgen Sie [@autodesk](https://twitter.com/autodesk) in den sozialen Medien.

Wenden Sie sich unter state.of.design.and.make@autodesk.com an Autodesk, wenn Sie Fragen zu diesem Forschungsbericht haben oder sich für die Teilnahme an künftigen Forschungsprogrammen registrieren möchten.



Die Angaben in diesem Bericht dienen ausschließlich allgemeinen Informationszwecken und richten sich an unsere Kunden. Autodesk, Inc. kann die Richtigkeit oder Vollständigkeit von Angaben, Texten, Grafiken, Links oder anderen Elementen im Bericht weder bestätigen noch gewährleisten.

Autodesk, Inc. gibt keine Gewähr dafür, dass Sie bestimmte Ergebnisse erzielen, wenn Sie Empfehlungen in diesem Bericht folgen.

© 2024 Autodesk, Inc. Alle Rechte vorbehalten.