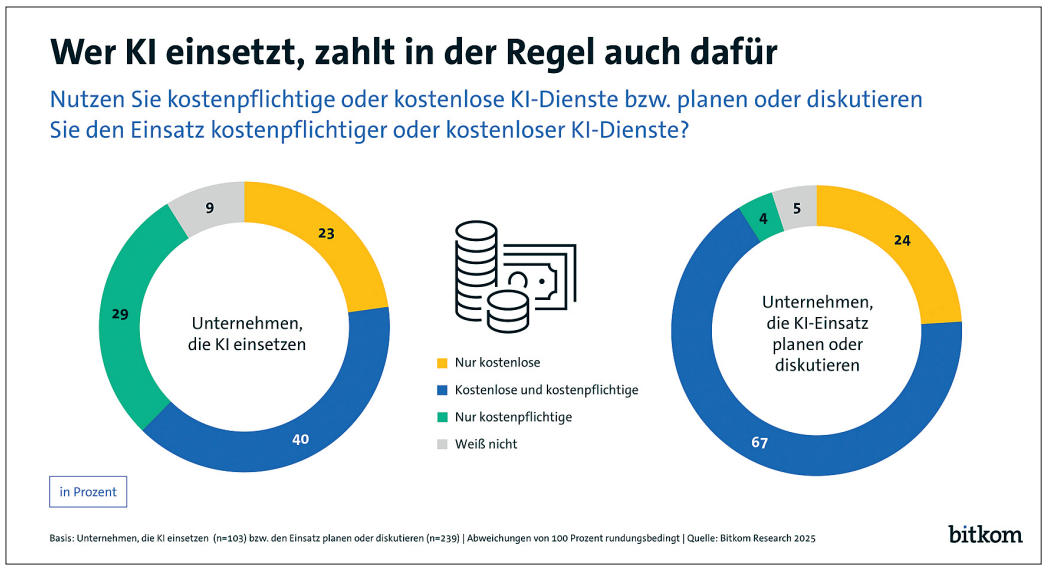
Job & Zukunft: Arbeitsmarkt

Kostenpflichtige Dienste im Einsatz

Mit dem KI-Chat eine Antwortmail entwerfen, lange Texte zusammenfassen oder in der Entwicklungsabteilung Softwarecode schreiben: Unternehmen, die Künstliche Intelligenz nutzen, setzen dabei überwiegend auf kostenpflichtige Dienste.

So nutzen 17 Prozent der Unternehmen in Deutschland KI, von ihnen setzen 29 Prozent ausschließlich auf kostenpflichtige Angebote, 40 Prozent nutzen sowohl kostenpflichtige als auch kostenlose und 23 Prozent nur kostenlose. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von 603 Unternehmen ab 20 Beschäftigten im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. „Rund um Künstliche Intelligenz gibt es für Unternehmen jeder Größe inzwischen passende Angebote. Bei kostenlosen KI-Angeboten werden die bereitgestellten Daten häufig zu Trainingszwecken genutzt und so vom Anbieter weiterverwendet, dessen müssen sich Unternehmen bewusst sein, um zu entscheiden, ob das für sie bei den genutzten Daten akzeptabel ist“, sagt Susanne Dehmel, Mitglied der Bitkom-Geschäftsleitung. „Für die Entscheidung relevant kann aber auch sein, dass die Bezahlvarianten teils über mehr Funktionen und Rechenpower verfügen.“

Aktuell wird KI sowohl in den Produkten und Dienstleistungen der Unternehmen (51 Prozent) eingesetzt sowie zur Unterstützung des eigenen Geschäftsbetriebs (61 Prozent). Unter den Unternehmen, die aktuell noch über den Einsatz von KI diskutieren oder ihn planen (insgesamt 40 Prozent aller Unternehmen), wollen 84 Prozent mit KI-Hilfe den Geschäftsbetrieb verbessern - und nur 26 Prozent wollen KI in Produkten oder Dienstleistungen verwenden.



Die Mehrheit nutzt oder plant kostenpflichtige und kostenlose KI-Dienste, reine Gratistools sind seltener im Einsatz. Grafik: Bitkom

Startups

Etablierte Unternehmen haben oft hervorragende Marktkenntnisse und eingeführte Produkte, aber häufig fehlen ihnen Erfahrungen mit neuesten digitalen Technologien oder innovativen Geschäftsmodellen. Jedes dritte Unternehmen (32 Prozent) in Deutschland arbeitet deshalb laut aktueller Umfrage mit Tech-Startups zusammen. Elf Prozent entwickeln dabei gemeinsam neue Produkte oder Dienstleistungen, drei Prozent sind finanziell an Startups beteiligt und zwei Prozent haben aus dem eigenen Unternehmen heraus selbst Startups gegründet. Am häufigsten (23 Prozent) sind aber lockere Kooperationen, etwa bei Gründerwettbewerbern. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von 603 Unternehmen ab 20 Beschäftigten in Deutschland im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. „Es gibt einen einfachen Weg, die Digitalisierung der deutschen Wirtschaft zu beschleunigen: mehr Zusammenarbeit zwischen Startups und etablierten Unternehmen. Insbesondere der für Deutschland immens wichtige Mittelstand würde davon profitieren“, sagt Bitkom-Präsident Dr. Ralf Wintergerst.

Ins optimale Licht setzen

Ob Hochzeiten, Modetrends, Sportevents oder Imagekampagnen Fotografen setzen alles ins optimale Licht und haben eine ausgeprägte Expertise in der Kommunikation mit Bildern.

Grundlegend verändert

Dies gilt nicht nur für analoge Fotografien, sondern zunehmend auch für Videos mit Bild- und Tonaufnahmen oder softwaregestützt mittels Computer Generated Imagery, das heißt dreidimensionaler animierter Computergrafik. Denn das Tätigkeitsfeld von Fotografinnen und Fotografen hat sich grundlegend verändert. Die Zeiten, in denen der Schwerpunkt auf der analogen Fotografie lag, sind Geschichte, jedoch wird diese Technik in der künstlerischen und freien Fotografie weiter gepflegt. Heute ist jedoch die digitale Fotografie bestimmend für den Beruf.

Aufgrund dieser Veränderungen hat das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) im Auftrag der Bundesregierung und gemeinsam mit den zuständigen Bundesministerien, den Sozialpartnern und Sachverständigen aus der betrieblichen Praxis die Ausbildungsordnung für Fotografinnen und Fotografen modernisiert. Die neue Ausbildungsordnung tritt zum 1. August 2025 in Kraft.

Zum Ende der Ausbildung sind auf Grundlage von Wahlqualifikationen Spezialisierungen möglich. Zur Auswahl stehen Peoplefotografie, Produktfotografie, Architektur- sowie Industriefotografie, Editorialfotografie sowie Bildredaktion, softwaregestützte Bildgenerierung oder analoge Fotografie.



Die neue Ausbildungsordnung zur/zum Fotografin und Fotografen tritt zum 1. August 2025 in Kraft. Foto: pixy.org

Florale Projekte konzipieren

Die Floristik hat jahrhundertelange Tradition und ist häufig mit sehr persönlichen Anlässen verbunden. Floristen und Floristinnen gestalten demnach Tisch-, Hochzeits-, Trauer-, oder Raumfloristik.

Stetig weiterentwickelt

Auf der Grundlage von Beratungsgesprächen mit ihren Kunden stellen sie unter anderem Blumensträuße, Anstecker und Trauerkränze her. Zudem konzipieren sie florale Projekte und setzen diese um. Gestaltungstechniken sowie Dienstleistungsorientierung und Kommunikation haben sich in den vergangenen Jahren fortlaufend weiterentwickelt und zu Anpassungsbedarfen von Ausbildungsinhalten geführt. Ebenfalls an Bedeutung gewonnen haben Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Eine weitere Neuerung stellt die Einführung der Gestreckten Abschlussprüfung dar.

Gemeinsam mit den zuständigen Bundesministerien, den Sozialpartnern und Sachverständigen aus der betrieblichen Praxis hat das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) daher im Auftrag der Bundesregierung die Ausbildungsordnung zum Floristen und zur Floristin modernisiert. Sie tritt zum 1. August 2025 in Kraft.

Der Ausbildungsrahmenplan wurde auf Grundlage der BIBB-Hauptausschuss-Empfehlungen 158 und 160 erarbeitet. Die modernisierte Ausbildungsordnung und der darauf abgestimmte, von der Kultusministerkonferenz (KMK) für den schulischen Teil der dualen Ausbildung entwickelte Rahmenlehrplan lösen die bestehende Regelung aus dem Jahr 1997 ab.



Floristinnen stellen unter anderem Blumensträuße, Anstecker und Trauerkränze her. Foto: pixy.org

Viel Geld



Gesellschaftliche Krisen, Kriege, Inflation - es gibt viele Gründe, warum Jugendliche heute verunsichert sind und das Gefühl haben, die Kontrolle zu verlieren. Dem gefühlten Kontrollverlust setzen sie ihre ganz eigenen Strategien entgegen, um sich wieder sicher zu fühlen. Und ein gut bezahlter Job gehört für sie definitiv dazu. Denn wer viel verdient, kann sich die ersehnte Sicherheit auch leisten. Doch wie realistisch sind die Vorstellungen der Generation Z, ihr Ziel zu erreichen? Die im Auftrag des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel (IKW) durchgeführte Jugendstudie „Jugend ungeschminkt“ zeigt: Überraschend hoch sind die Gehaltsvorstellungen der Generation Z. Mehr als die Hälfte der Befragten stellt sich ein monatliches Einkommen ab 5.000 Euro vor. Fast ein Viertel will mindestens 9.000 Euro pro Monat verdienen. Im Durchschnitt liegt das Traumgehalt bei 7.331 Euro pro Monat. Werkfoto: IKW

Herstellernachweise: **Kostenpflichtige, Startups:** Bitkom e.V., Albrechtstr. 10, 10117 Berlin, Tel.: 030/275760; **Ins, Florale:** Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Robert-Schuman-Platz 3, 53175 Bonn, Tel.: 0228/107-0; **Viel:** Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW), Mainzer Landstr. 55, 60329 Frankfurt am Main, Tel.: 069/2556-1331;
Redaktionelle Bearbeitung: AST