

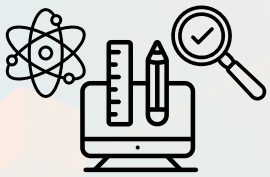
Strategische Implikationen der KI-Transformation für eine Schweizer Full-Service-Digitalagentur - Eine multiperspektivische empirische Analyse am Beispiel der jls digital AG

Purpose

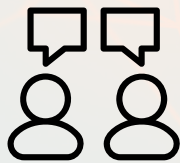
Künstliche Intelligenz verändert das Geschäftsmodell von Digitalagenturen grundlegend. Für die jls digital AG, eine Schweizer Full-Service-Digitalagentur stellt sich damit die Frage, wie strategische Relevanz in einem zunehmend automatisierten Marktumfeld erhalten und ausgebaut werden kann. Intern verschieben sich Wertschöpfungslogiken, Preismodelle und Kompetenzanforderungen, extern verändern sich Kundenerwartungen und ein formalisierter Rechtsrahmen könnte den Handlungsspielraum zunehmend Begrenzen. Es geht dabei nicht nur um technologische Anpassung, sondern um eine Neuausrichtung des Wertbeitrags, den eine Digitalagentur im KI-Zeitalter glaubwürdig erbringen kann.

Das Ziel dieser Arbeit war es, diese Implikationen systematisch zu erfassen und daraus konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten.

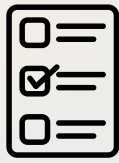
Angewandte Methoden & Kompetenzen



Design Science Research



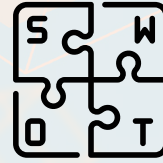
Interviews



Umfrage



Analyse



SWOT



Handlungsempfehlungen

Die Arbeit folgt dem Ansatz des Design Science Research und kombiniert sieben Experteninterviews mit einer Endkundenbefragung als empirische Grundlage. Die qualitativen Interviewdaten wurden mittels Mayring-Analyse ausgewertet, die Umfragedaten deskriptiv-statistisch aufbereitet. Die gewonnenen Erkenntnisse flossen in eine SWOT-Analyse und Positionierungsmatrix ein, auf deren Basis konkrete Handlungsempfehlungen für die jls digital AG formuliert wurden.

Resultat

Die strategische Relevanz von jls nicht fundamental gefährdet, jedoch wurden diverse Handlungspotenziale identifiziert. Der Mehrwert verschiebt sich von schneller Umsetzung hin zu Beratungskompetenz und strategischer KI-Integration, woraus sich klare Prioritäten für Positionierung und Leistungsangebot ableiten lassen.

