

I N N O B
L A



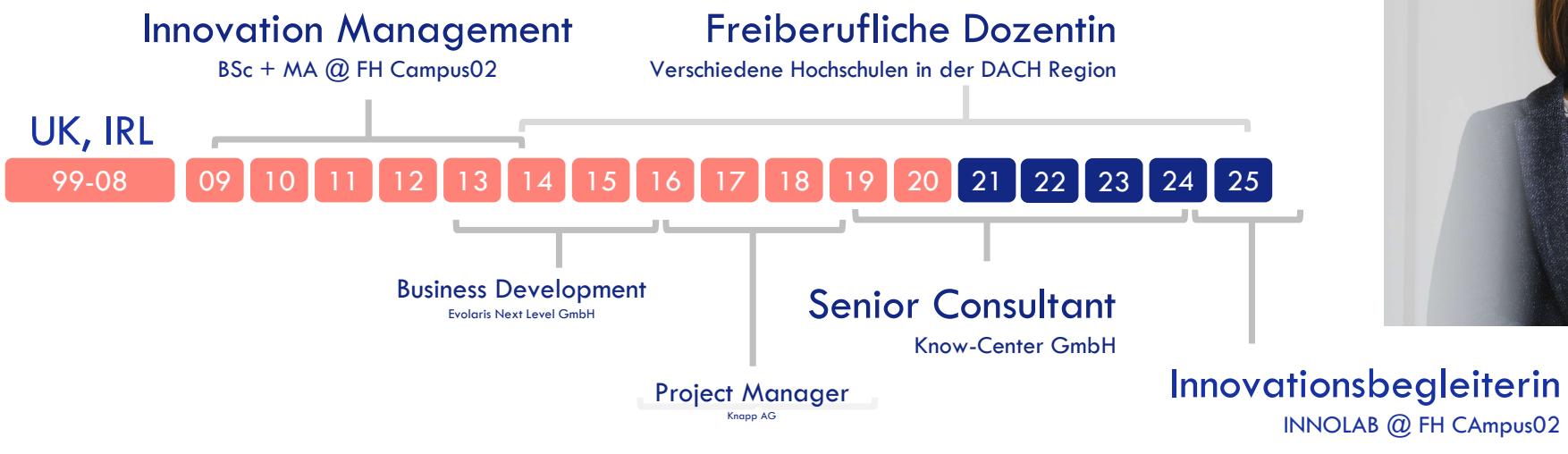
AI REALITY CHECK

12.11.2025

DI Christof Wolf-Brenner
Angelika Riedl Bsc MA



Angelika Riedl, BSc MA
Innovationsbegleiterin



+25 Jahre Erfahrung

in unterschiedlichen Branchen

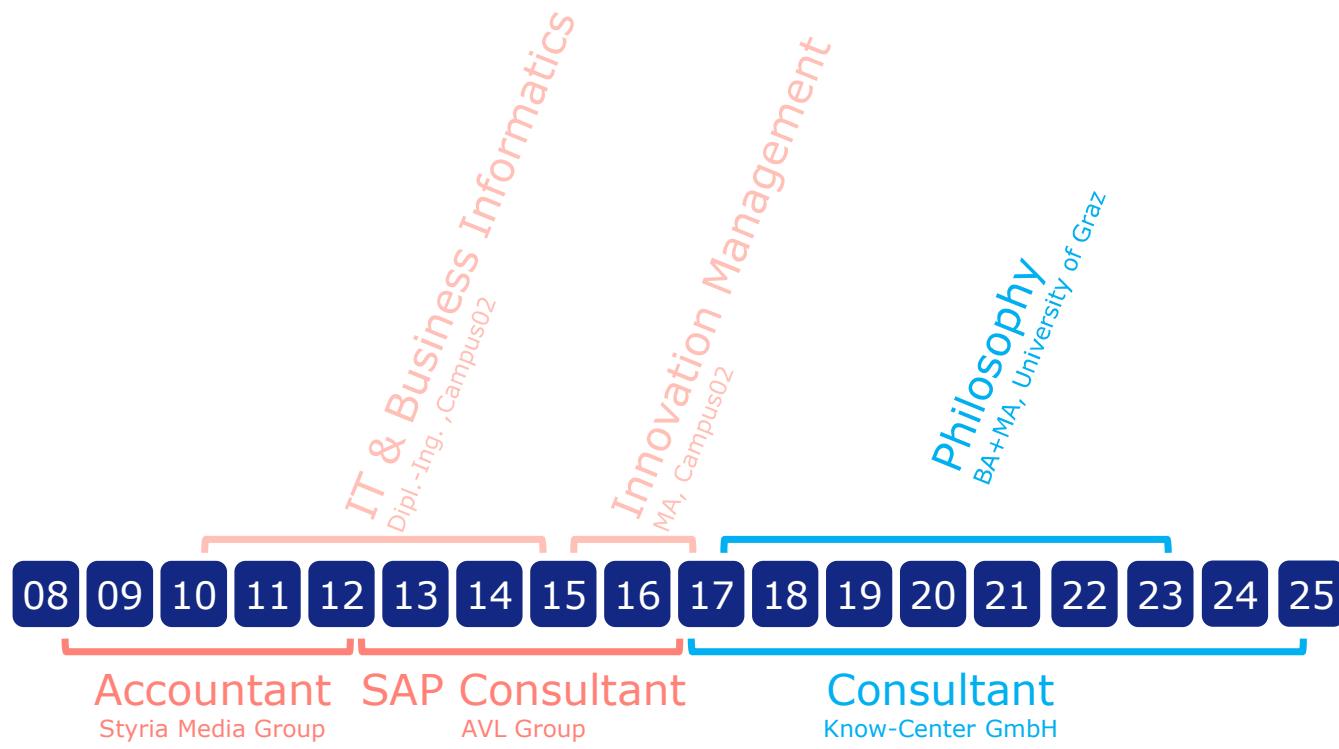
INNOLAB

KNOW
Center

DIHSÜD
Digital Innovation Hub

Vertrauliche Informationen. Nur zur internen Verwendung.

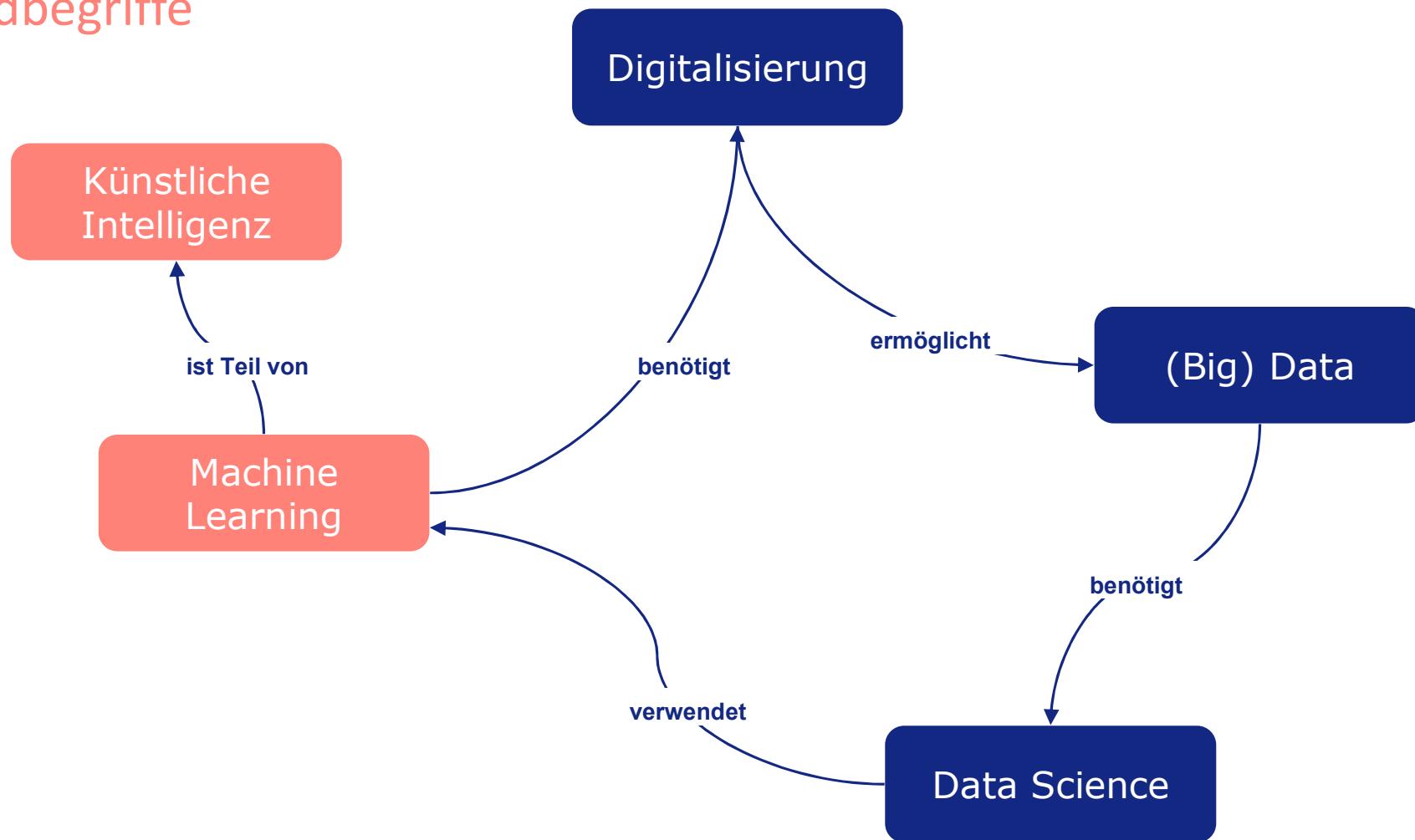
AI Reality Check



Christof Wolf-Brenner
Consultant Trustworthy AI



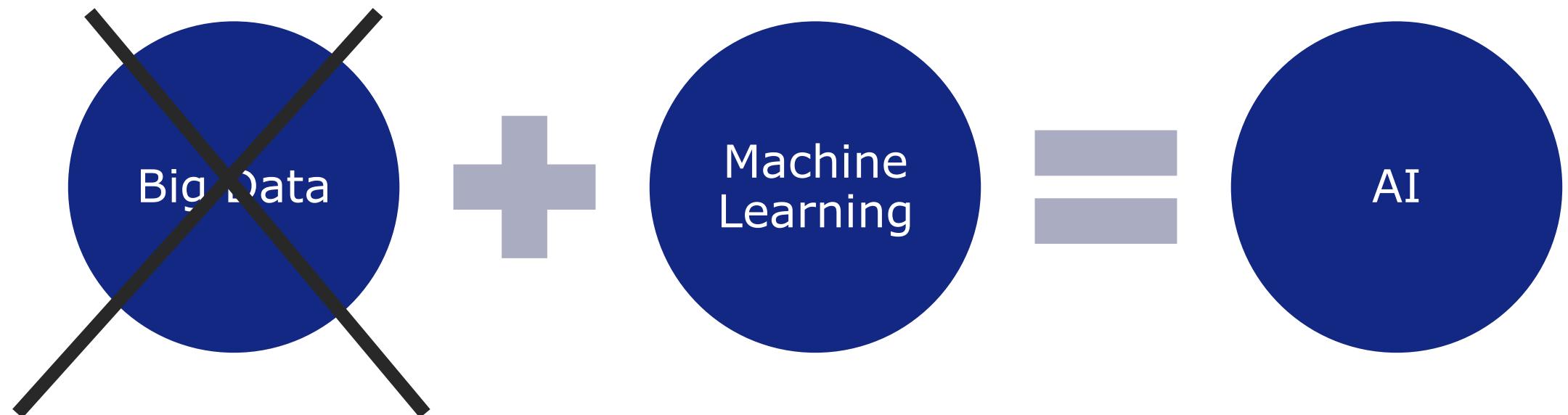
Grundbegriffe



Big Data

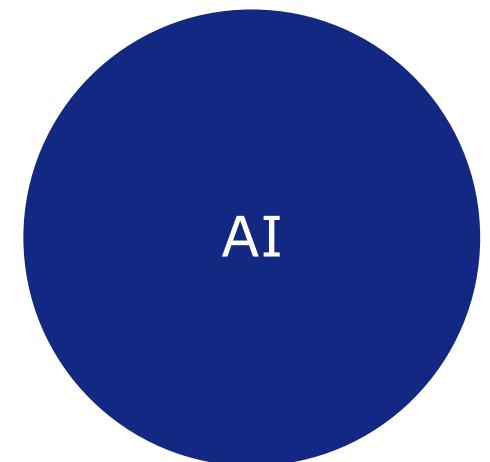
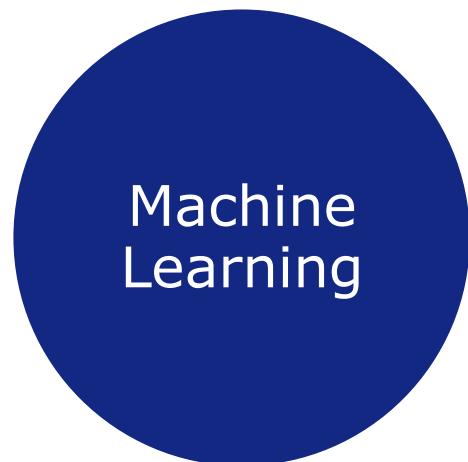
Fälschliche Annahme

Diejenigen, die keine schnellen/großen/intelligenten Daten haben, können nicht mit KI spielen.



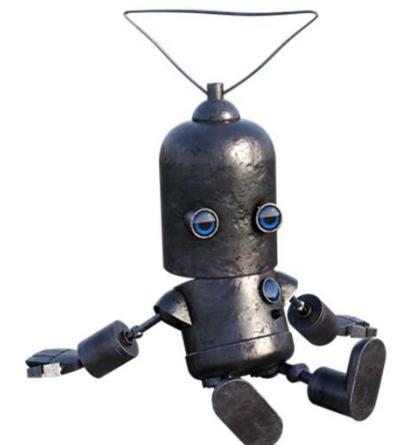
Big Data

Diejenigen, die KEINE DATEN haben, können nicht mit der KI spielen.



KI ist...

...der Versuch menschliche Intelligenz in einer Maschine zu replizieren oder zu simulieren, sodass Maschinen Aufgaben ausführen können, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern...



Beispiele für Aufgaben die KI erfüllen kann

KI findet und organisiert Informationen

KI erledigt Büroarbeiten

KI hilft bei der Entscheidungsfindung

KI erkennt Veränderungen in Bildern

KI fasst Text zusammen

KI erfasst Objekte und ihre Umgebung

KI kreiert visuelles Design und Kunst

KI optimiert Komplexe Prozesse

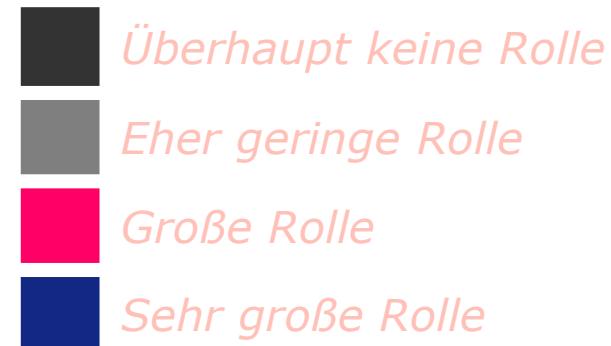
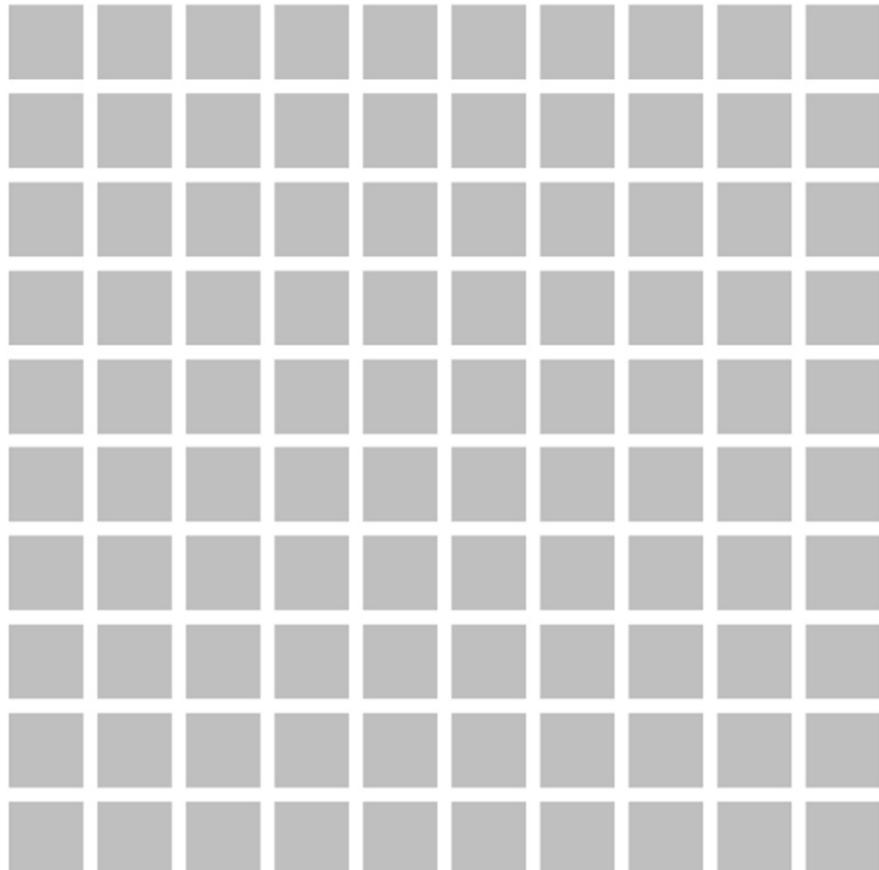
KI sagt Risiken und Betrug voraus

Künstliche Intelligenz nutzen um....

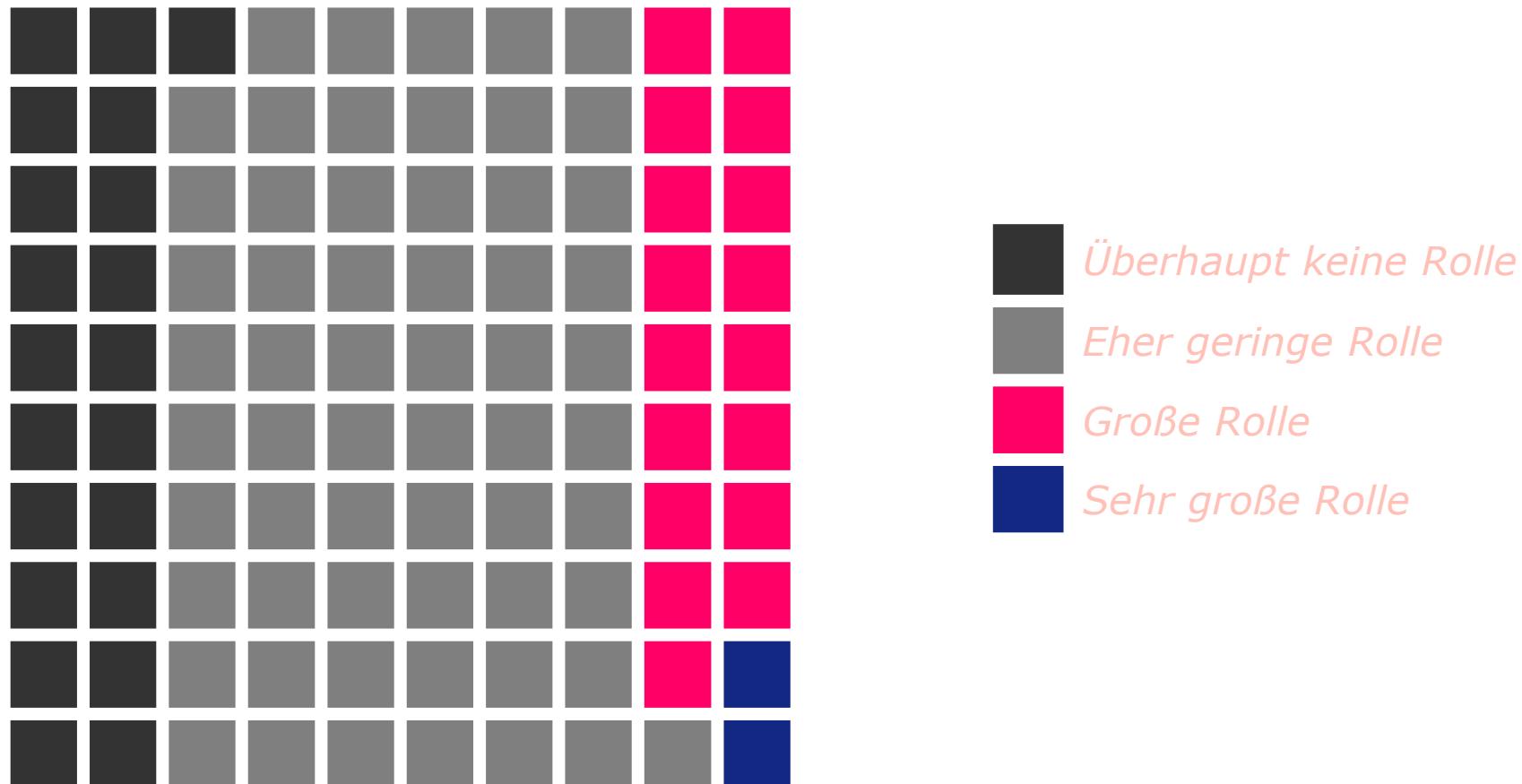
- **kontinuierlich Zeit und Kosten einsparen,**
- **Routineprozesse optimieren und automatisieren,**
- **Produktivitäts- und Effizienzsteigerungen** erzielen,
- die **Nachhaltigkeit verbessern** und
- **schnellere und bessere Entscheidungen** treffen.



Welche Rolle spielte KI in öst. Unternehmen 2023?

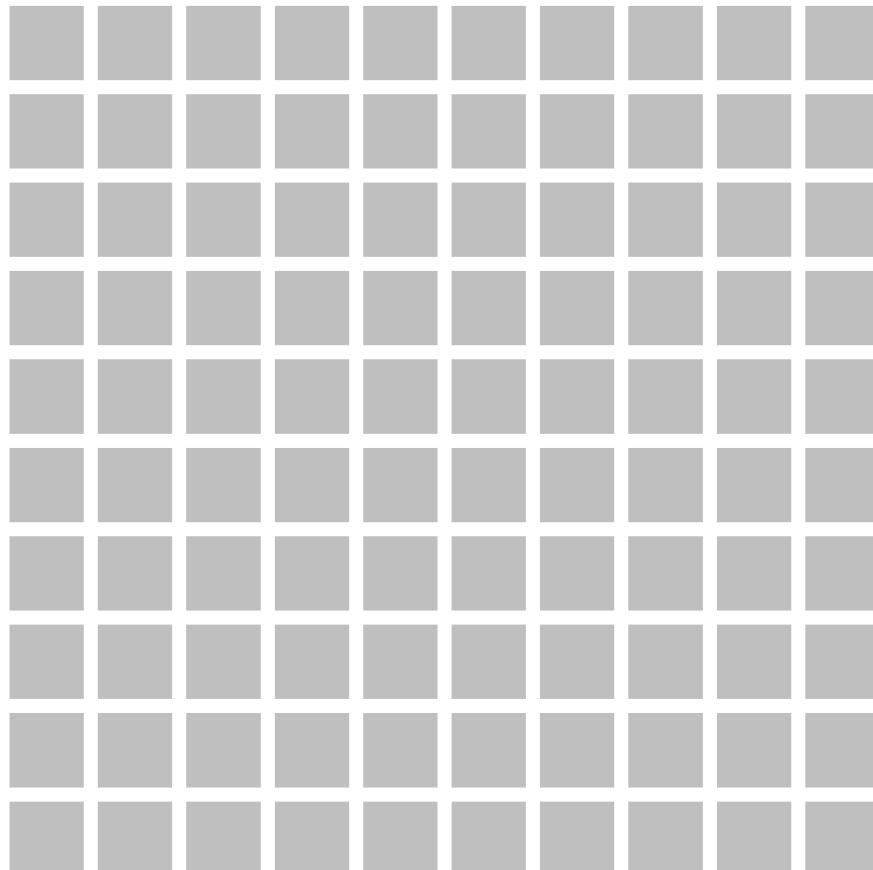


Welche Rolle spielte KI in öst. Unternehmen 2023?



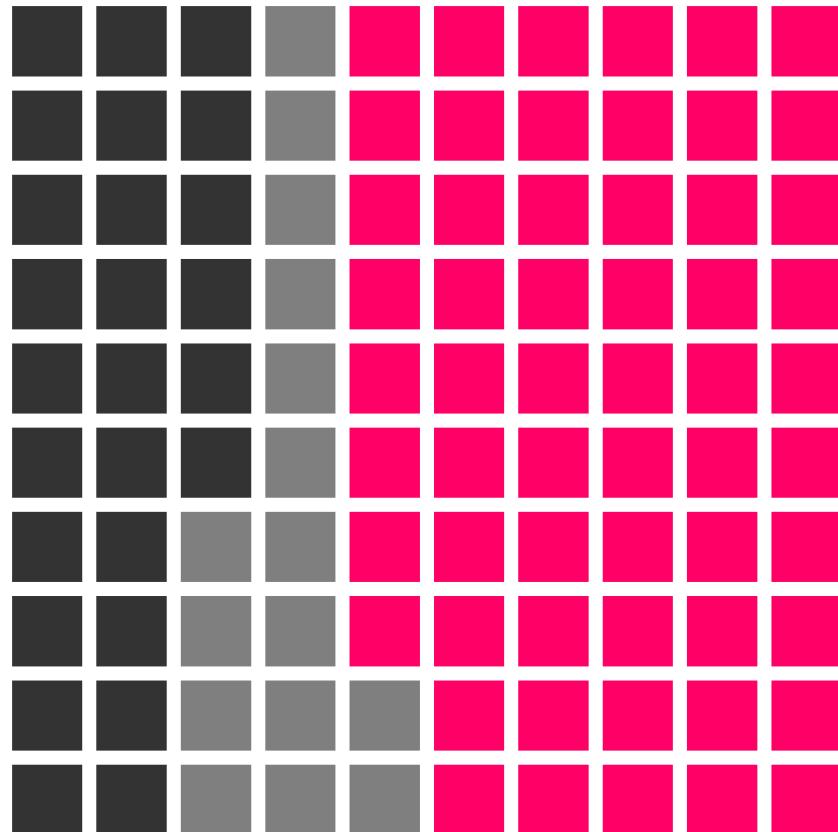
Quelle: Deloitte AI Quick Study 2023

Welche Rolle spielte KI in öst. Unternehmen 2024?



- KI wird nicht in Betracht gezogen*
- KI in Planung*
- KI im Einsatz*

Welche Rolle spielte KI in öst. Unternehmen 2024?

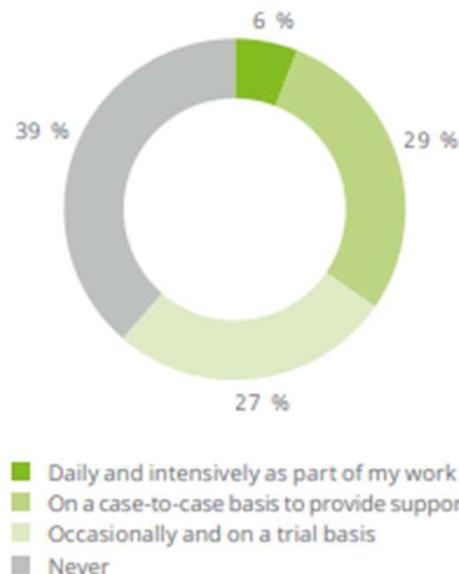


- KI wird nicht in Betracht gezogen*
- KI in Planung*
- KI im Einsatz*

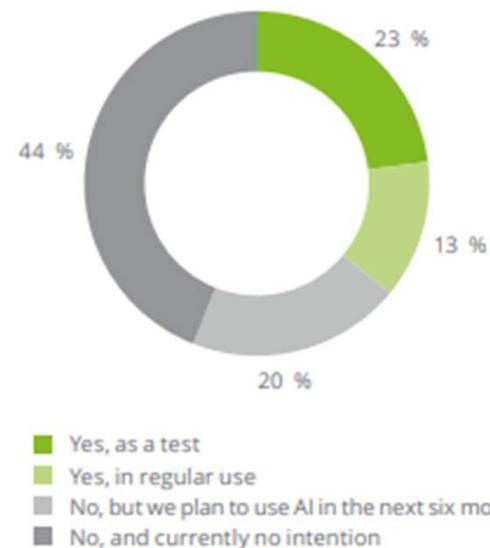
Quelle: Deloitte AI Quick Study 2024

Welche Rolle spielte generative KI in öst. Unternehmen 2024?

Do you personally use AI in your daily business?



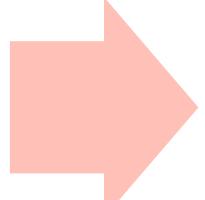
Are you currently using generative AI in your company?



Quelle: Deloitte AI Trust Survey 2024

Herangehensweise : Innovationsmanagement Standard

Problem!



Lösung?

Herangehensweise : Künstliche Intelligenz einsetzen

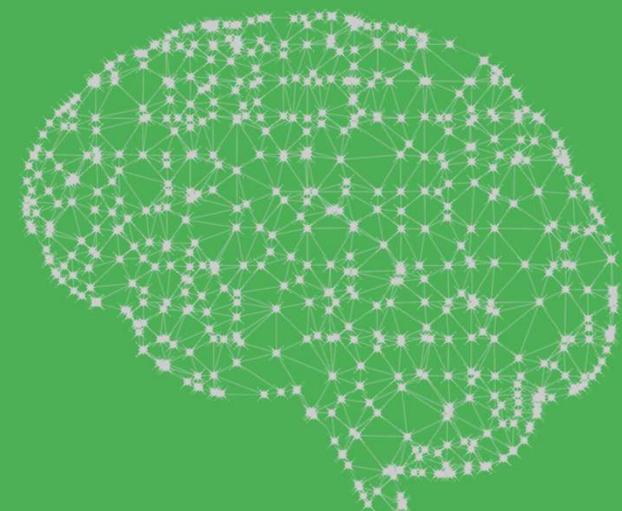
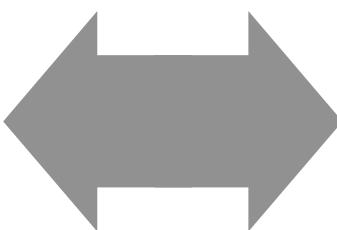
Problem?

KI!

Die richtigen „Probleme“ finden



Problem



KI

Einsatz von KI

Bestehende KI Lösungen verwenden

Eigene KI Lösungen bauen

Welche Aufgabe soll gelöst werden? Wo brauche ich Unterstützung?

Es gibt viele bestehende KI Anwendungen am Markt, für spezifische unternehmerische Tätigkeiten.

Wichtig: Aktualisierung der Daten, Speicher/Serverort, Löschkonzepte

Um eine eigene KI Anwendung zu bauen benötigt es Ressourcen – hier bieten AWS und andere Fördergeber die Möglichkeit, bei den ersten Schritten zu unterstützen.

KI-Anwendung im Unternehmen

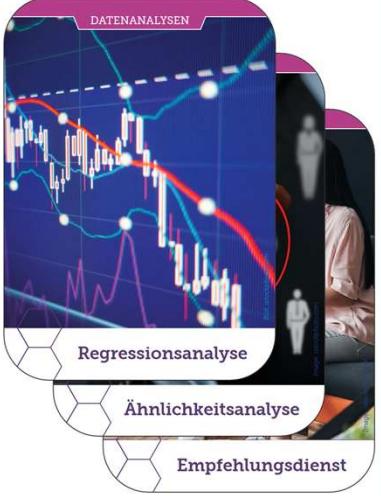
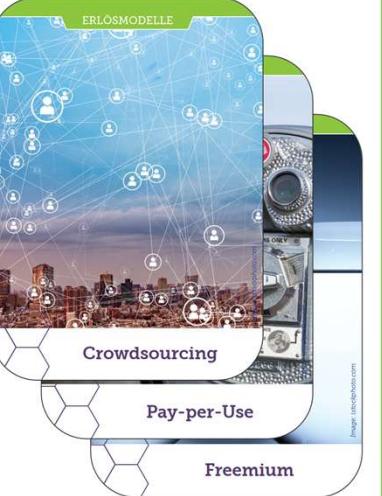
Damit eine KI-Anwendung im Unternehmen funktioniert, braucht es mehr als nur Technologie.

Entscheidend sind die richtigen Bausteine:

- **Daten** – qualitativ hochwertig und verfügbar
- **Algorithmen** – zur intelligenten Verarbeitung der Daten
- **Service & Prozesse** – für die Anwendung im Arbeitsalltag
- **Ein klarer Nutzen** – um KI Anwendungen sinnhaft zu zeigen
- **Erlös- oder Wertemodell** – um einen (wirtschaftlichen) Mehrwert zu schaffen

Nur wenn diese Elemente zusammenspielen, kann KI nachhaltig integriert und wirksam eingesetzt werden.

Data Product Canvas

DATENQUELLEN	DATENANALYSEN	DATENSERVICES	DATENUTZEN	ERLÖSMODELLE
<p>Welche Daten können wir nutzen?</p>  <p>DATENQUELLEN</p> <p>Geoinformationsdaten</p> <p>Wetterdaten</p> <p>Produktgenerierte Daten</p>	<p>Mit welchen Methoden gewinnen wir Erkenntnisse aus Daten?</p>  <p>DATENANALYSEN</p> <p>Regressionsanalyse</p> <p>Ähnlichkeitsanalyse</p> <p>Empfehlungsdienst</p>	<p>In welcher Form stellen wir die Erkenntnisse zur Verfügung?</p>  <p>DATENSERVICES</p> <p>Leistungskennzahlen</p> <p>Datenschnittstelle (API)</p> <p>Entscheidungsunterstützung</p>	<p>Welchen Nutzen stiften die Erkenntnisse?</p>  <p>DATENUTZEN</p> <p>Proaktivität</p> <p>Flexibilisierung & Dynamisierung</p> <p>Zeitoptimierung</p>	<p>Welche Erlösmodelle sind zur Vermarktung des Service geeignet?</p>  <p>ERLÖSMODELLE</p> <p>Crowdsourcing</p> <p>Pay-per-Use</p> <p>Freemium</p>

Beispiele – AI Use Case

Eiskratz-Prognose für KFZ (Start-Up)

*Vorzeitige Warnung, ob sich
über Nacht Eis auf der
Frontscheibe des abgestellten
Fahrzeuges bilden wird.*



Beispiele – AI Use Case

Bedienungsanleitungs-Chatbot für Kaffeemaschinen (Etablierter Luxus-Hersteller)

*Ein Chatbot beantwortet
automatisch Fragen zum Kaffee-
Vollautomaten in natürlicher
Sprache und liefert rund um die
Uhr schnelle, konsistente
Informationen.*



Datenquellen

Welche Datenquellen haben wir – und ...

... liegen sie in unserem Einflussbereich?

(Rechtlicher und technischer Zugriff, keine Abhängigkeit von Dritten)

... sind sie verlässlich und strukturiert?

(Qualität, Konsistenz, Nachvollziehbarkeit, Aktualität)

... sind sie ausreichend umfangreich und vielfältig?

(Genügend Datenpunkte, kontinuierliche Erfassung, verschiedene Quellen)

... bieten sie einen echten Informationsvorsprung?

(Einzigartige oder schwer kopierbare Informationen)

... dürfen sie rechtssicher genutzt werden?

(DSGVO, Verträge, interne Richtlinien, sensible Inhalte)

Eiskratz-Prognose für KFZ

- Fahrzeug-Positionen
- Datum & Uhrzeit
- Lokalisierte Wetterdaten

Bedienungsanleitungs-Chatbot für Kaffeemaschinen

- Bedienungsanleitung
- Kundendialoge
- Supportanfragen

Herausforderung - Datenquellen

- Echtzeit-Überwachung/Predictive Maintenance, aber Daten können nur im Wartungsmodus aus Maschine gelesen werden
- Daten sind extrem teuer in der Beschaffung (z.B. Satellitendaten hochauflösend)
- Ganz spezifische Wetterdaten, z.B. für Bergregionen mit extremen Höhenprofilunterschieden, Nordhang vs. Südhang am Weinberg etc.
- Daten können aufgrund Alter der Anlage nur von Spezialpersonal extrahiert werden
- Daten werden aufgrund der großen Menge/teurer Internetverbindung extrem komprimiert, was zu hohem Informationsverlusten führt
- Daten stehen unter Datenschutz oder enthalten Betriebsgeheimnisse und dürfen nicht bei 3rd Party Services hochgeladen werden

Datenanalysen

Wie gut sind wir bei der Analyse unserer Daten – haben wir ...

... die richtigen Kompetenzen im Haus?
(Kenntnisse in Datenaufbereitung, Statistik, Machine Learning, Visualisierung)

... eine geeignete Infrastruktur?
(Tools, Plattformen, Zugriff, Sicherheit, Wartung)

... praktische Erfahrung mit Datenprojekten?
(Erfolgreiche Beispiele, bekannte Hürden, Lessons Learned)

... klare Zuständigkeiten und Ansprechpartner?
(Verknüpfung zwischen Fachabteilungen, IT und Datenexpert:innen)

... einen funktionierenden Austausch über Datenwissen?
(Geteilte Erkenntnisse statt Silos, Lernprozesse zwischen Bereichen)

Eiskratz-Prognose für KFZ

- Know-how in Zeitreihenanalyse, Wetterdatenmodellierung, Geodaten-Verarbeitung
- Zugriff auf Wetter-APIs und Fahrzeugdaten in einer Analyseplattform (z. B. KNIME, Python-Pipelines, Cloud-Datenbank)
- Pilotprojekte zu Standort- oder Wetterprognosen, z. B. Reichweitenvorhersagen bei E-Fahrzeugen

Bedienungsanleitungs-Chatbot für Kaffeemaschinen

- Prompting-Know-How (Systemprompts!)
- Dokumenten-Datenbank oder Vektorspeicher

Herausforderung – Datenanalysen

- Das ML Modell verbraucht zu viel Rechenleistung für die dauer-überlastete CPU im KFZ
- Das Lokal installierte Sprachmodell ist zu langsam am Laptop
- Das Ergebnis des KI-Modells ist nicht nachvollziehbar
- Der/die Kolleg*in, der/die den Algorithmus implementiert hat, ist nicht mehr im Unternehmen und es gibt keine Doku
- Nicht alle Algorithmen sind kommerziell frei nutzbar

Datenservices

Welche Kanäle haben wir zu Kunden/Nutzern – und

... sind sie gut zugänglich und nutzerfreundlich bereitgestellt?

(App, Webportal, API, Echtzeit- oder periodische Bereitstellung)

... sind sie in die Arbeits- oder Kundenprozesse integriert?

(Wirkliche Nutzung im Alltag statt Zusatzaufwand)

... sind sie stabil, skalierbar und wiederverwendbar?

(Reifegrad, Anpassbarkeit, Potenzial für weitere Use Cases)

Eiskratz-Prognose für KFZ

- App
- Webseite

Bedienungsanleitungs-Chatbot für Kaffeemaschinen

- Kaffeemaschinen-Display
- Webseite



Herausforderung – Datenservice

- Es gibt keinen Kanal, um der/dem Kund*in das personalisierte Ergebnis/die Empfehlung zur Verfügung zu stellen
- Das Ergebnis wird so spät bereitgestellt, dass es für den Prozess nicht mehr relevant ist
- Das Ergebnis wird zu vereinfacht dargestellt und es wird nicht erklärt, warum es zu diesem Ergebnis kommt
- Die Nutzer*innen vertrauen zu sehr auf das Ergebnis und hinterfragen es nicht

Datennutzen

Schaffen wir Mehrwert – und ...

... welche Art von Mehrwert erzeugen wir?

(Effizienz, Transparenz, Prognosen, Personalisierung, neue Geschäftsmodelle)

... wo haben wir bereits Erfolge oder Routinen?

(Erprobte Anwendungsfelder, etablierte Nutzenarten)

... wofür sind wir intern oder extern bekannt?

(Reputation für Datenkompetenz, Zuverlässigkeit, Innovation)

... wo wird der Nutzen am stärksten wahrgenommen?

(Bereiche oder Prozesse mit spürbarem Mehrwert)

... wie hoch ist die Akzeptanz bei Nutzenden oder Kund:innen?

(Tatsächliche Nutzung, positive Rückmeldungen, erkennbarer Impact)

Eiskratz-Prognose für KFZ

- Startup – Bisher noch keine Bestandskunden
- Pünktlichkeit als Nutzenversprechen
- Nur für den Winter relevant!

Bedienungsanleitungs-Chatbot für Kaffeemaschinen

- Effizienz und Komfort bei Bedienung und Wartung
- Etablierte Marke mit hochwertigen Geräten
- Zuverlässigkeit und langlebige Premium-Produkte
- Qualitätsbewusste Kund:innen mit Servicefokus

Herausforderung - Datennutzen

- Die Kosten/Aufwand sind zu hoch, der Nutzen zu niedrig
- Der Nutzen trifft zu wenige Nutzer*innen
- Der Nutzen existiert nur im Kopf der Entscheidungsträger*innen
- Es wird kein echtes Problem gelöst

Erlösmodelle

Welche Erlöslogiken nutzen wir – und ...

... mit welchen Modellen haben wir gute Erfahrung?
(Einmalverkauf, Lizenz, Abo, Pay-per-Use, Servicevertrag)

...welche davon passen zu datenbasierten Angeboten?
(Übertragbarkeit auf Data- oder Reporting-Services, API-Zugänge)

... wofür und wie sind Kund:innen bereit zu zahlen?
(Zugang zu Daten, Ergebnisse, Zeitersparnis, kontinuierliche Leistung)

... erzielen wir Erlöse direkt oder indirekt?
(Direkte Zahlungen vs. Nutzen durch Bindung, Effizienz, Cross-Selling)

... welches Innovationspotenzial sehen wir bei neuen Erlösformen?
(Performance-basiert, Freemium, Daten-Sharing, Partner-Modelle)

Eiskratz-Prognose für KFZ

- Noch keine etablierten Erlösmodelle (Startup-Phase)
Möglicherweise Abo- oder API-Lizenzmodell für Fahrzeug-Apps oder Flottenbetreiber
- Pakete und Komfortfunktionen (z. B. „Smart-Winter-Package“)
- Direkt über Abo-Gebühren, indirekt über Partnerintegration (z. B. OEM-Kooperation)
- Freemium-Ansatz mit Basis-Prognosen und Premium-Features (z. B. Echtzeit-Frostkarte)

Bedienungsanleitungs-Chatbot für Kaffeemaschinen

- Kunden bezahlen für Premium-Kaffeemaschine einmalig.

Herausforderung - Erlösmodelle

- Der/die Kund*in will oder kann nicht dafür bezahlen
- Ich kann den Wert nicht rechtfertigen
 - Ich habe keine Erfahrung mit dieser Art von Erlösmodell
 - Ich kann die erwartete Leistung (SLA) organisatorisch nicht abbilden

AI REALITY CHECK

Analyse des eigenen Unternehmens

<https://app.mural.co/t/bigdatalab3701/m/bigdatalab3701/1762167084451/45ec212b09d2dd0ed1078173b2ceb626b246110f?sender=u6338f4aabb13a62f27de9651>

Info INNOLAB

FH CAMPUS 02 Fachhochschule der Wirtschaft GmbH mit fünf Studienrichtungen

Department Innovationsmanagement

