

I  
N  
L  
A  
N  
O  
B



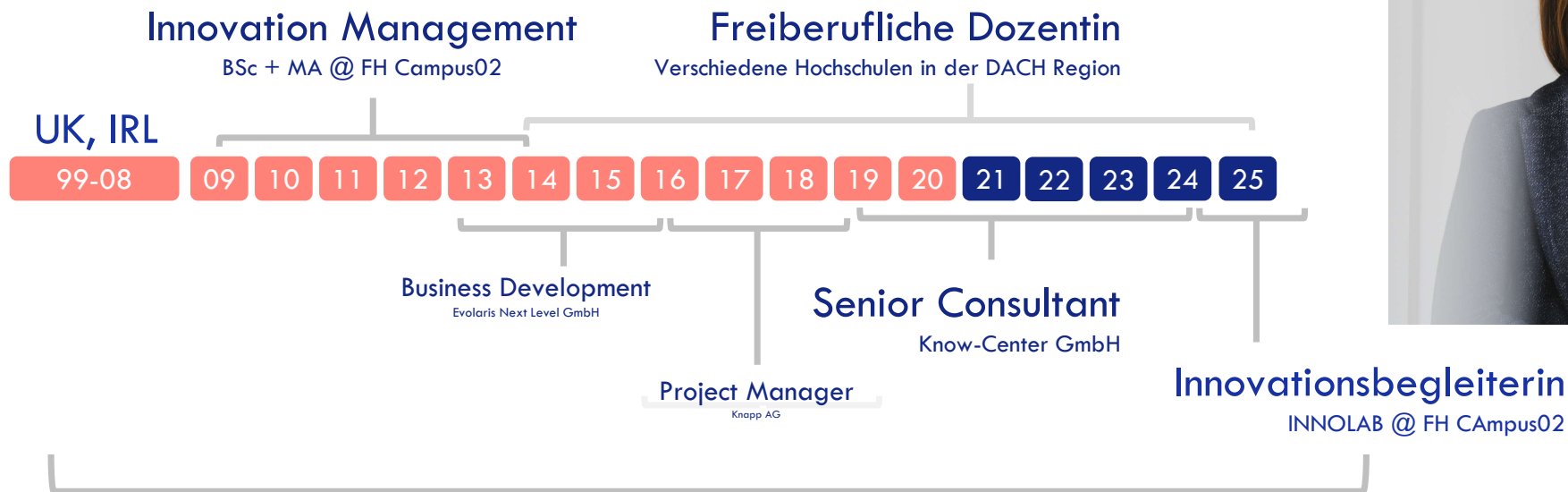
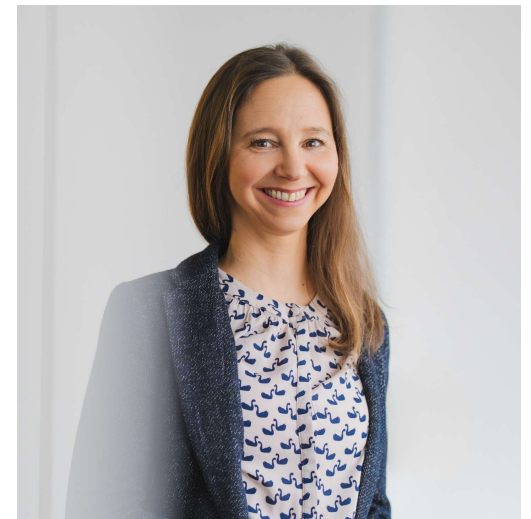
# AI REALITY CHECK

12.11.2025

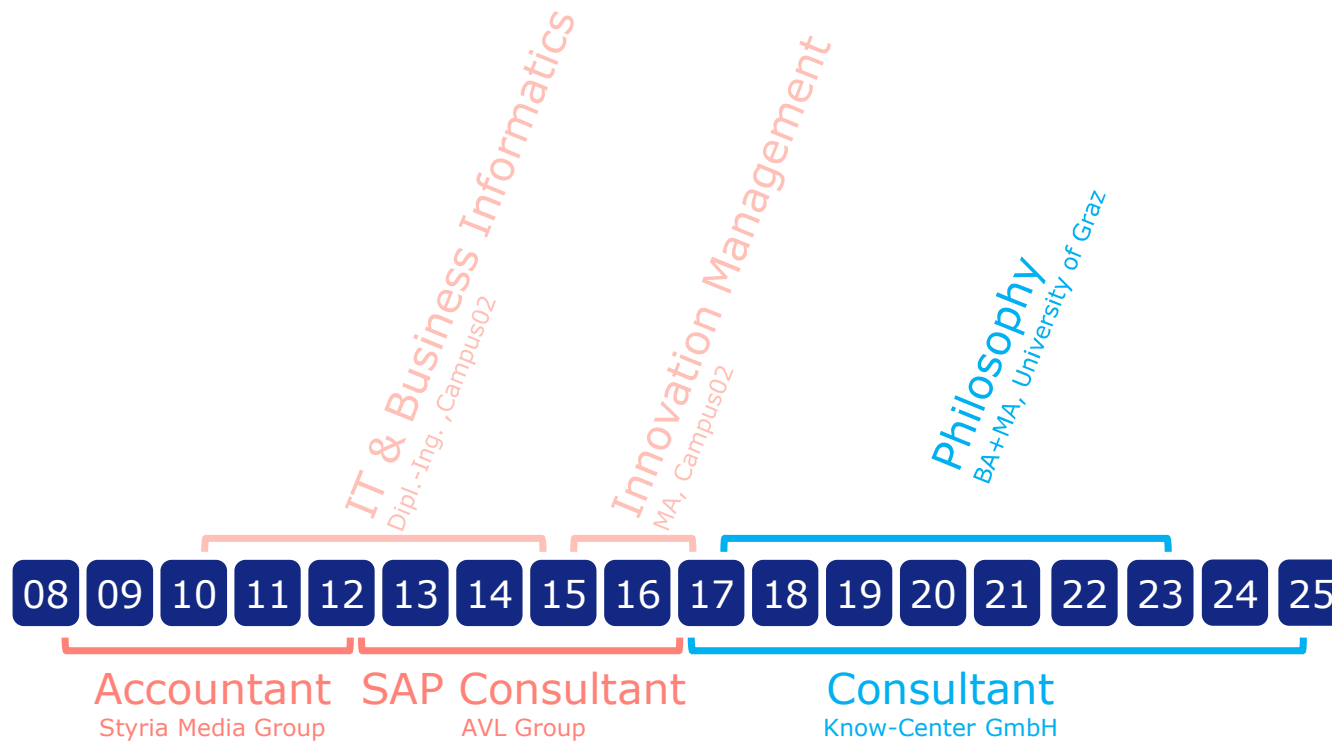
DI Christof Wolf-Brenner  
Angelika Riedl Bsc MA



## Angelika Riedl, BSc MA *Innovationsbegleiterin*



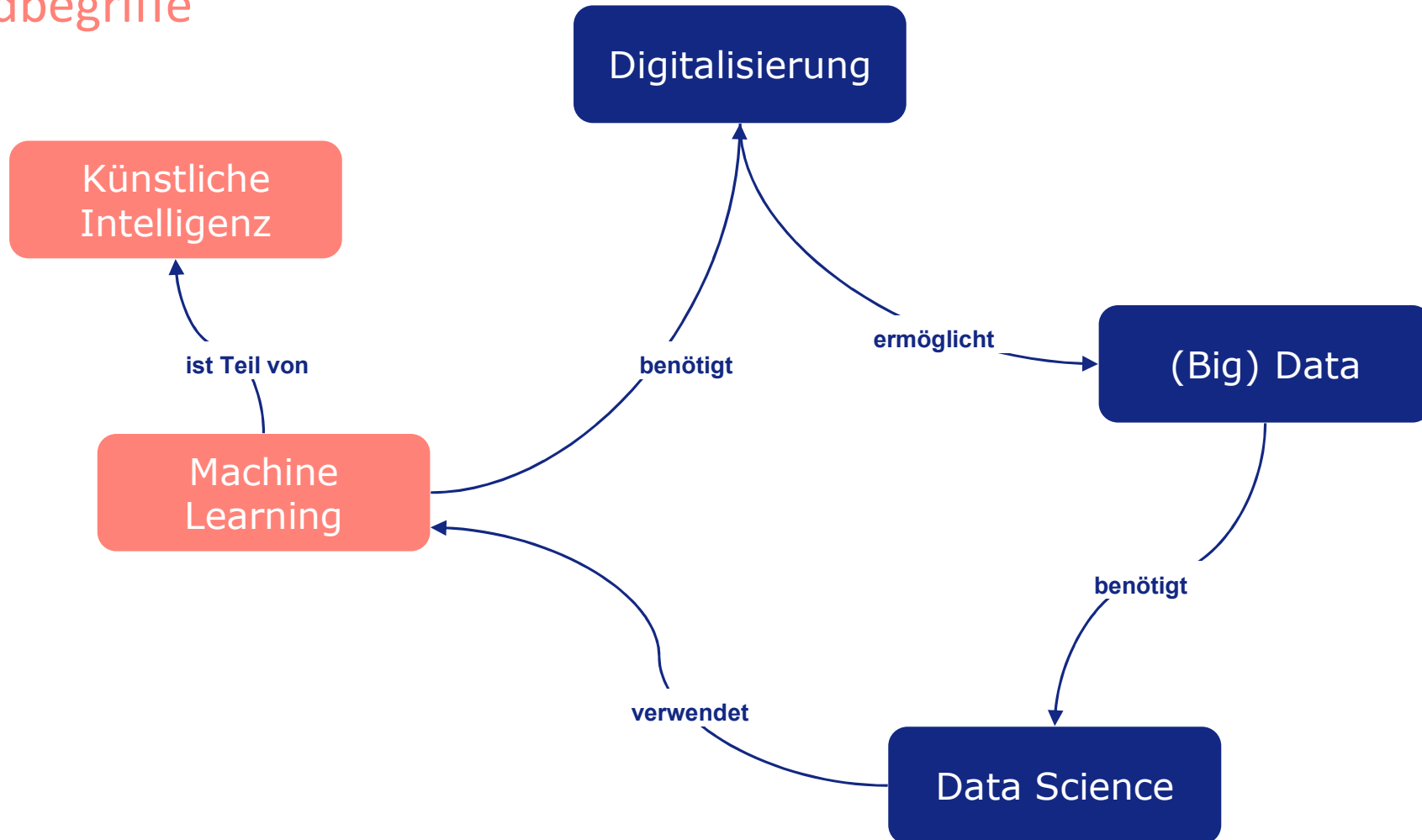
**+25 Jahre Erfahrung**  
in unterschiedlichen Branchen



**Christof Wolf-Brenner**  
Consultant Trustworthy AI



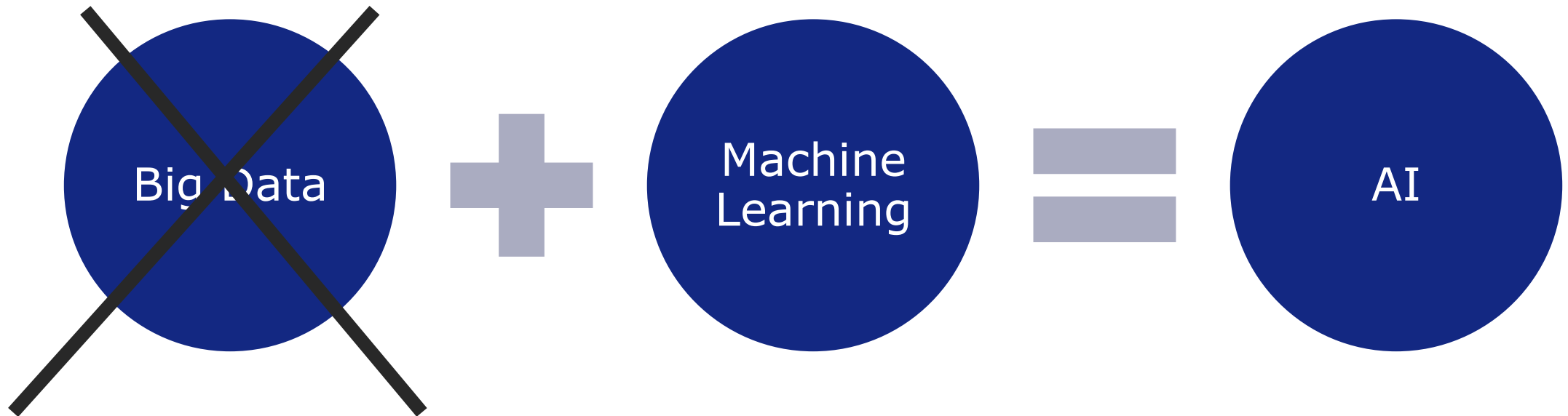
## Grundbegriffe



## Big Data

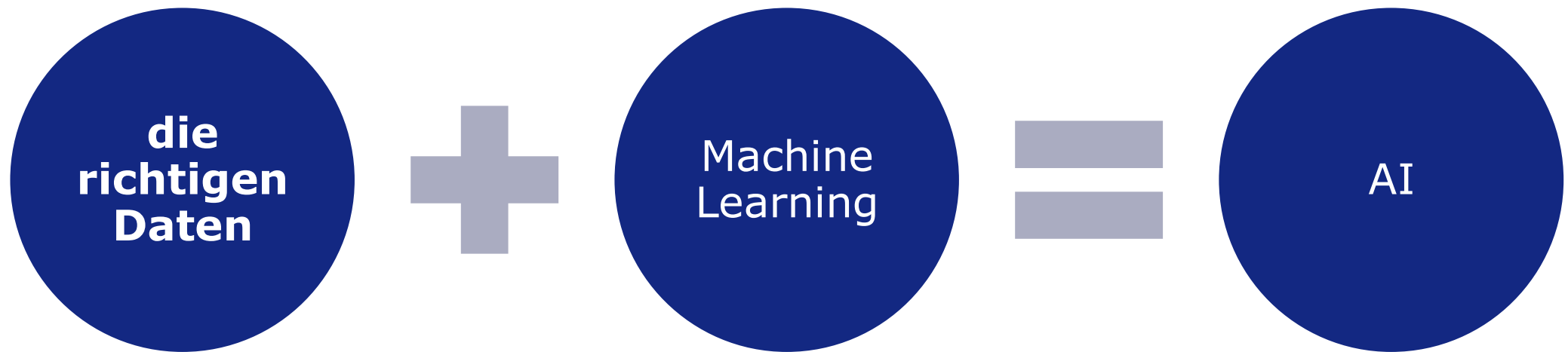
### Fälschliche Annahme

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  
Entscheidungs-  
findung**

**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**

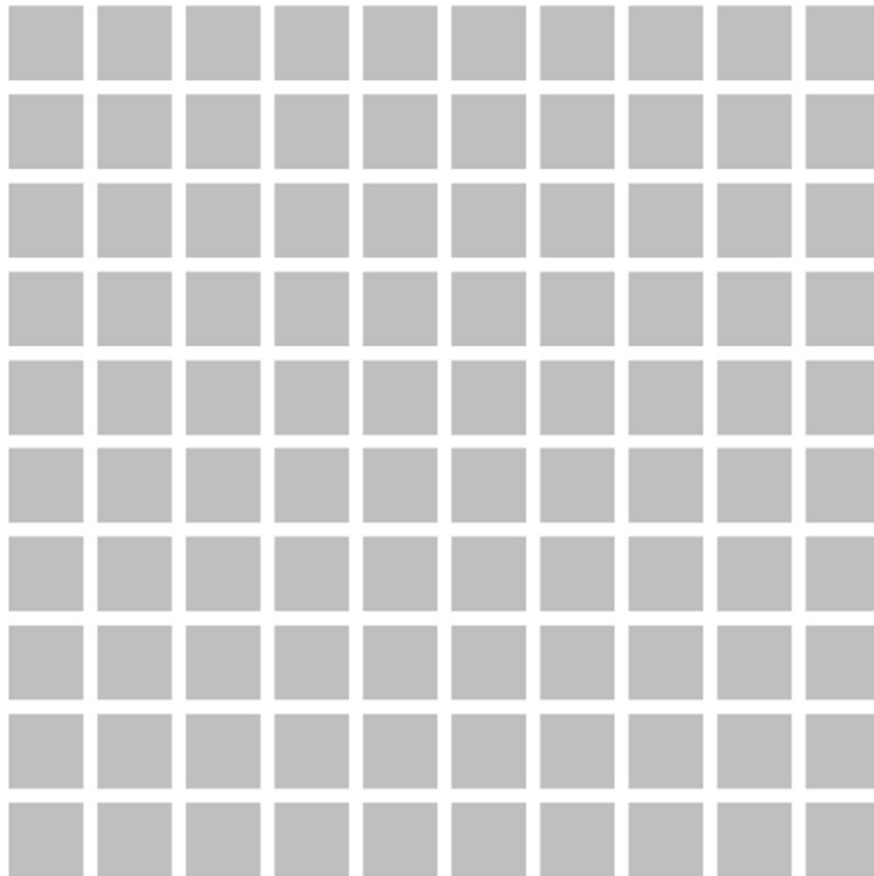
**KI sagt  
Risiken und  
Betrug  
voraus**

## 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.

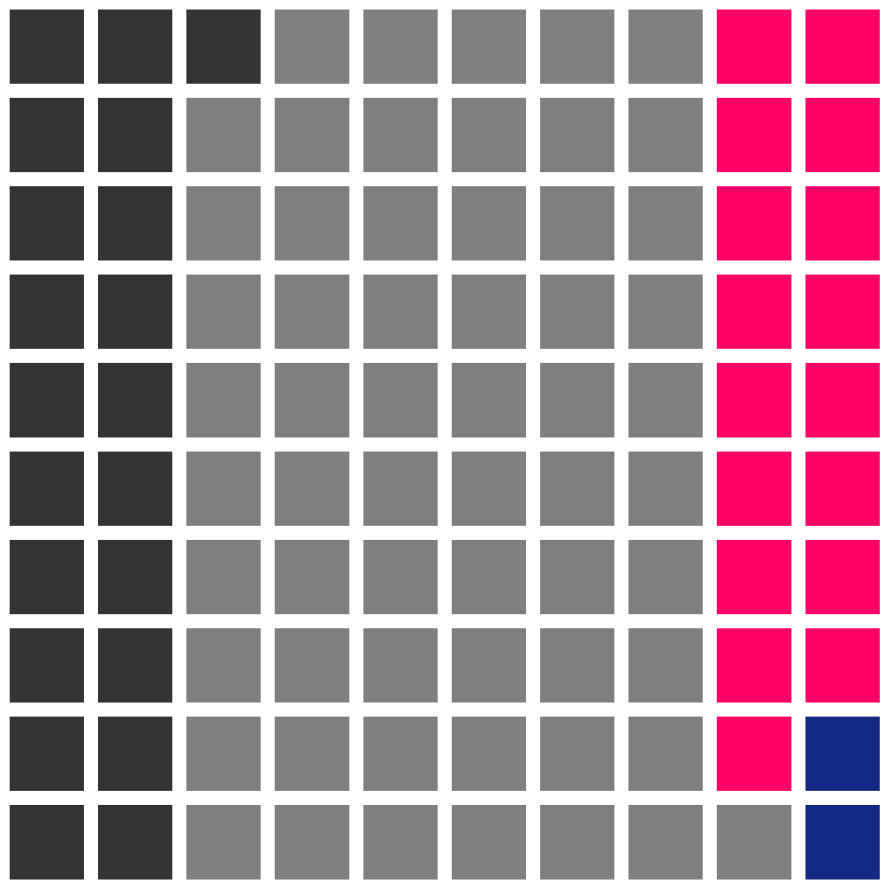


## Welche Rolle spielte KI in öst. Unternehmen 2023?



- *Überhaupt keine Rolle*
- *Eher geringe Rolle*
- *Große Rolle*
- *Sehr große Rolle*

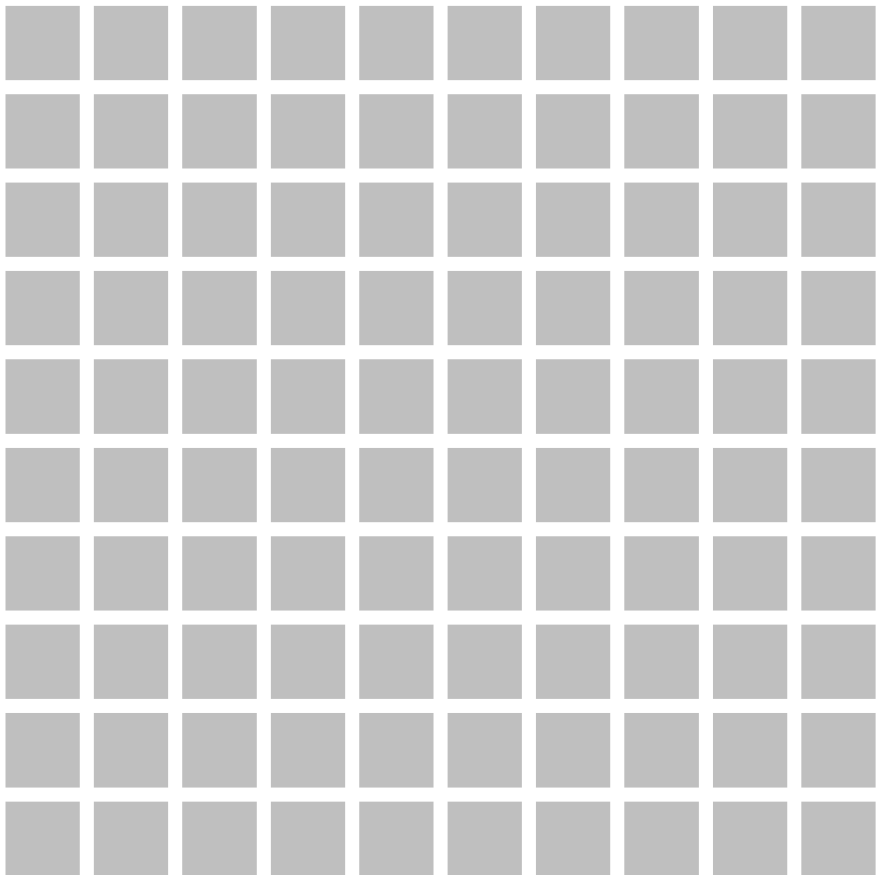
# Welche Rolle spielte KI in öst. Unternehmen 2023?






- Überhaupt keine Rolle
- Eher geringe Rolle
- Große Rolle
- Sehr große Rolle

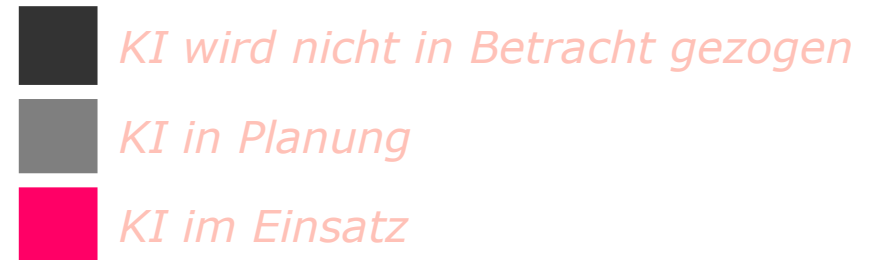
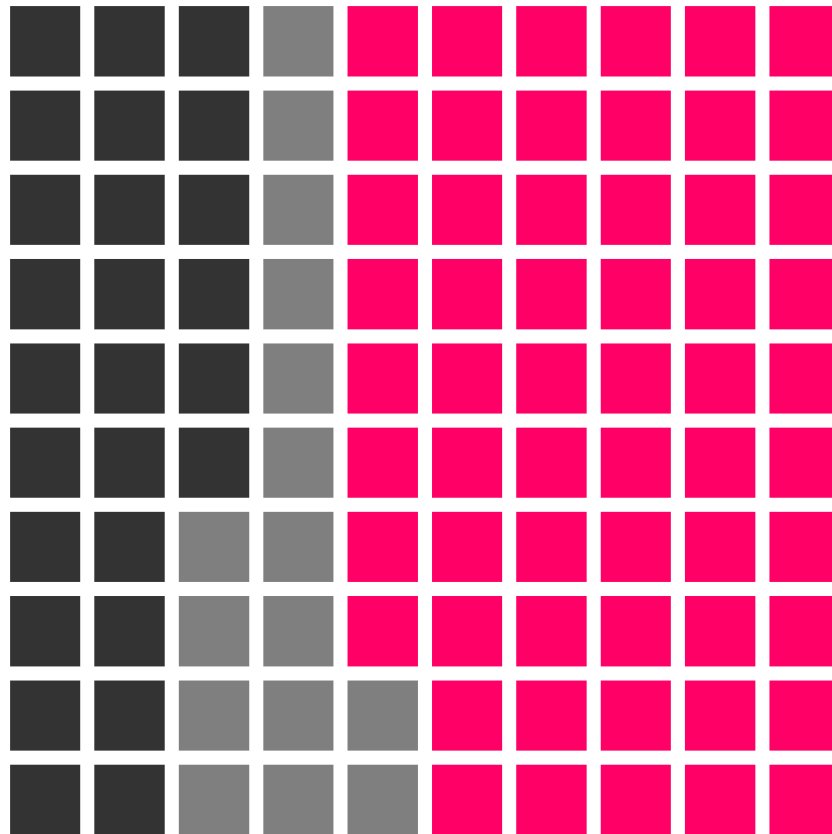
Quelle: Deloitte AI Quick Study 2023

# Welche Rolle spielte KI in öst. Unternehmen 2024?



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

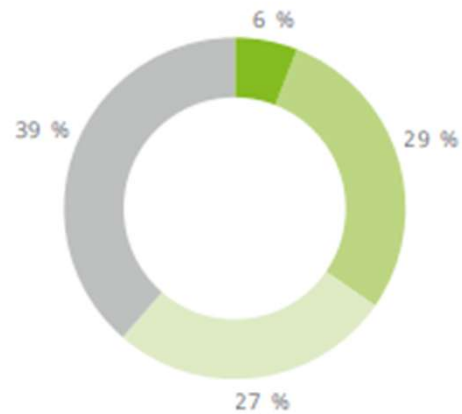
## Welche Rolle spielte KI in öst. Unternehmen 2024?



Quelle: Deloitte AI Quick Study 2024

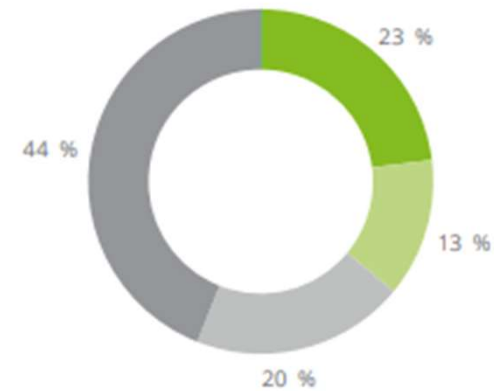
## Welche Rolle spielte generative KI in öst. Unternehmen 2024?

Do you personally use AI in your daily business?



- Daily and intensively as part of my work
- On a case-to-case basis to provide support with certain activities
- Occasionally and on a trial basis
- Never

Are you currently using generative AI in your company?

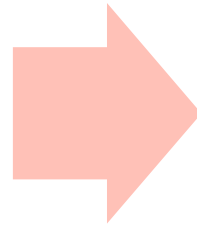


- Yes, as a test
- Yes, in regular use
- No, but we plan to use AI in the next six months
- No, and currently no intention

Quelle: Deloitte AI Trust Survey 2024

## Herangehensweise : Innovationsmanagement Standard

Problem!

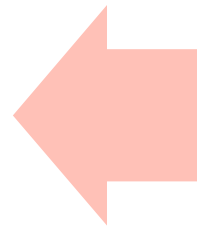


Lösung?



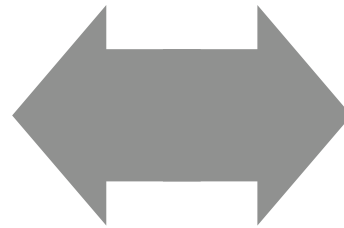
Herangehensweise : Künstliche Intelligenz einsetzen

Problem?



KI!

Die richtigen „Probleme“ finden



## 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





## 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 dauerüberlastete 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

Lehre

F&E

INNOLAB

Innovation Business School



Transfer in die steirische Wirtschaft

Starke Partner\*innen machen's möglich:



Steiermärkische  
SPARKASSE



FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT

INNOLAB

Vertrauliche Informationen. Nur zur internen Verwendung.

[www.innolab.at](http://www.innolab.at)

