

Praxisbeispiel Künstliche Intelligenz in der Produktion | KIgoesFactory

Leitfaden zur Motivation von kleinen und mittleren Unternehmen zum Einsatz neuer Technologien

Leitfaden zur Motivation von KMU zum Einsatz neuer Technologien

Für wen ist dieser Leitfaden?

Dieser Leitfaden richtet sich an Organisationen und Akteure*, die vor der Herausforderung stehen, neue Technologien speziell an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) heranzutragen. Auf Basis der Organisation und Durchführung des Innovationsforums „KlgoesFactory - Künstliche Intelligenz in der Produktion“, einer zweitägigen Fachtagung mit begleitendem Hackathon im Juni 2021, möchten wir unsere Erfahrungswerte mit Interessierten teilen, die vor derselben Herausforderung stehen. In diesem Leitfaden werden wir aufzeigen, welche Punkte wesentlich sind und welche Ansätze gut für die Motivation von KMU funktioniert haben. Unsere Erkenntnisse haben wir in Handlungsempfehlungen übertragen.

Das Projekt „KlgoesFactory“ wurde im Rahmen der BMBF-Förderinitiative „Innovationsforen Mittelstand“ gefördert und vom Institut für Wissensmanagement und Wissenstransfer der IHK Reutlingen (IHK-IWW) realisiert. Ziel war es, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen bundesweit bei Aktivitäten bezüglich dem Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) in ihrer Produktion zu unterstützen. Die Veranstaltung sollte ihnen den Einstieg in die neue Technologie erleichtern und die Möglichkeit bieten, sie spielerisch auszuprobieren. Dadurch sollten die Unternehmen Impulse für einen möglichen Einsatz von KI in ihrer Produktion erhalten, um letztendlich von den Chancen durch KI profitieren und ihre Wirtschaftskraft stärken zu können.

Dieser Leitfaden dient als Anleitung, KMU dazu zu motivieren, neue Technologien auszuprobieren und einzusetzen - dargestellt am Praxisbeispiel Künstliche Intelligenz in der Produktion.

Ihre Ansprechpartnerin

Birgit Krattenmacher
krattenmacher@reutlingen.ihk.de
Tel. 07121 201-257

Über das IHK-IWW

Das Institut für Wissensmanagement und Wissenstransfer der IHK Reutlingen (IHK-IWW) führt den Wissenstransfer ausgehend vom Bedarf der Unternehmen der Region Neckar-Alb durch. In ausgewählten Bereichen organisiert das Institut das Wissensmanagement. Dazu zählen Technische Textilien, Innovationsmethode TRIZ, Regionales Innovationsmanagement für Neckar-Alb (RIM4NEA) und das Business Incubation Centre der Weltraumagentur ESA in Baden-Württemberg (ESA BIC).

Diverse Netzwerke des IHK-IWW unterstützen die Unternehmen bei Innovationsthemen, darunter die Netzwerke Forschung & Entwicklung, Innovation, Virtuelles Kraftwerk Neckar-Alb, Sicherheit, Qualität/ISO 13485, Künstliche Intelligenz, Produktion sowie der Cluster Technische Textilien Neckar-Alb.

Über das Innovationsforum KlgoesFactory

KlgoesFactory ist ein Innovationsforum des IHK-IWW, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) über die Initiative „Innovationsforen Mittelstand“ vom 1. Februar bis 31. Oktober 2021 gefördert wurde.

www.klgoesfactory.de

* Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text lediglich die männliche Form gewählt, gemeint sind aber stets Angehörige aller Geschlechter.

Exkurs | Künstliche Intelligenz als Chance mit Herausforderungen in der Umsetzung

Künstliche Intelligenz ist heutzutage vielerorts bereits Teil der Funktionalität von Maschinen. Mit KI kann die Effizienz von Geschäftsprozessen gesteigert oder können vollkommen neue Geschäftsmodelle erschlossen werden. Stark vereinfacht arbeitet jede KI auf der Basis von Daten und löst bestimmte Aufgaben eigenständig, ohne dass jeder Schritt neu programmiert werden muss. Das System wird mit Daten „trainiert“ und lernt sogar teilweise dabei. KI kann beispielsweise bei der Instandhaltung von Maschinen, bei digitalen Assistenzsystemen oder in der Produkt- und Prozessentwicklung eingesetzt werden.

Mehr Innovationen durch den Einsatz von KI

Die Entwicklungen im Bereich der KI bieten kleinen und mittleren Unternehmen enormes Potenzial für neue Formen der Interaktion, neue Geschäftsmodelle und Effizienzsteigerungen. Rund sechs Prozent aller Unternehmen in Deutschland haben bereits im Jahr 2018 Künstliche Intelligenz eingesetzt. Das ist nur ein kleiner Anteil, jedoch brachten diese Unternehmen knapp vier Prozent mehr Weltmarktneuheiten hervor als Unternehmen, die keine Künstliche Intelligenz einsetzten. Zudem erzielten Unternehmen, die KI-Anwendungen verwendeten, eine um 1,3 Prozentpunkte höhere Umsatzrendite. Dies verdeutlicht das enorme Potenzial, das der Einsatz von KI mit sich bringen kann¹.

Oftmals fehlen in KMU jedoch zeitliche und personelle Ressourcen, um den Einsatz von KI im eigenen Unternehmen zu eruieren. Deshalb sind insbesondere für KMU externe Experten notwendig, die ihnen den Mehrwert von KI-Systemen und den erforderlichen Aufwand für die Umsetzung aufzeigen. Praxisbeispiele zeigen, dass Unternehmen häufiger Produktinnovationen hervorbringen, wenn die KI-Verfahren von externen Spezialisten entwickelt wurden oder von Externen und internen Mitarbeitern gemeinsam. Geht es jedoch um Fertigungsverfahren, ist die interne Entwicklung einer KI-Strategie erfolgreicher, möglicherweise deshalb, weil die Kenntnis von internen Prozessen eine große Rolle spielt, um in diesem Bereich Innovationen hervorzubringen¹.

Zu wenig aufgeschlossen für KI?

Während bisher je nach Wertschöpfungsstufe 19 bis maximal 40 Prozent der Unternehmen, die bereits KI nutzen, auf die Dienste externer Anbieter setzen, gehen deutlich mehr als die Hälfte aller Unternehmen davon aus, in fünf Jahren in sämtlichen Wertschöpfungsstufen mit externen Dienstleistern zu kooperieren. Die Mehrzahl der Unternehmen verfolgt somit bei der zukünftigen Implementierung von KI-Technologien eine Outsourcing-Strategie².

Laut einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie wird als zentrales Hemmnis beim Einsatz von KI im Unternehmen der Mangel an Fachkräften und internen Kompetenzen angesehen. 44 Prozent der befragten Technologie-Anbieter gaben an, dass Ängste und Vorurteile der Mitarbeiter in den Unternehmen des produzierenden Gewerbes den effizienten Einsatz von KI in diesen Unternehmen beschränken. Jedoch schätzen lediglich 17 Prozent der Anwender von KI, dass dies auf sie zutrifft. Ein ähnliches Bild ergibt sich für die Aufgeschlossenheit der Führungskräfte. 54 Prozent der Anwender gehen davon aus, dass ihre Führungskräfte dem Einsatz von KI aufgeschlossen gegenüberstehen. Dagegen sehen nur 21 Prozent der Anbieter diese Aufgeschlossenheit im produzierenden Gewerbe als gegeben an².



Exkurs | Künstliche Intelligenz als Chance mit Herausforderungen in der Umsetzung



Unternehmen tun sich teilweise noch schwer mit KI

Eine Umfrage des Branchenverbands der deutschen Informations- und Telekommunikationsbranche Bitkom e. V. aus dem Jahr 2021 zeigt allerdings auch, dass deutsche Unternehmen den Einsatz von KI positiv bewerten: 62 Prozent der befragten Verantwortlichen sehen in der Nutzung von KI eine Chance für das eigene Geschäft. Ein Jahr zuvor lag der Wert noch bei 55 Prozent. Als Risiko schätzen die Technologie 23 Prozent der Unternehmen ein³. Noch im Jahr 2020 titelte Bitkom „Die Unternehmen tun sich noch schwer mit Künstlicher Intelligenz“⁴. Damals sagten noch 28 Prozent der Befragten, dass KI eher ein Risiko für ihr Unternehmen darstelle. Allerdings sehen sich über die Hälfte der Unternehmen (54 Prozent) eindeutig als Nachzügler bei der KI und weitere 22 Prozent halten sich eher für Nachzügler. Nur rund ein Fünftel sehen sich als Vorreiter in Sachen KI⁵.

Zwischen der allgemeinen Akzeptanz von KI als Zukunftstechnologie und dem konkreten Einsatz in Unternehmen klafft allerdings eine Lücke: Nur acht Prozent der Befragten sagen, dass sie im Unternehmen KI selbst einsetzen. Knapp ein Drittel plant immerhin die KI-Nutzung oder diskutiert darüber. Bei 59 Prozent ist der KI-Einsatz aber noch kein Thema⁶. Der Verband Bitkom sieht deshalb beim Thema KI kein Erkenntnis- sondern ein Umsetzungsproblem, da es in den Unternehmen zwar einen breiten Konsens über die herausragende Bedeutung der Technologie für die Zukunftsfähigkeit der Wirtschaft gebe, die Mehrheit sich aber schwer damit tue, dieses Wissen für das eigene Geschäft zu nutzen⁴.

An dieser Stelle setzen wir an und wollten den Unternehmen in ganz Deutschland mit unserem Projekt „KIgoesFactory – Künstliche Intelligenz in der Produktion“ wichtige Impulse geben, wie sie KI in ihrem eigenen Unternehmen nutzen und einsetzen können. Aus unseren Erfahrungen haben wir Handlungsempfehlungen abgeleitet, die Sie auf den folgenden Seiten finden.

Handlungsempfehlungen | Planung

Interesse ausloten und Unterstützer mit ins Boot holen

In persönlichen Gesprächen mit Vertretern von kleinen und mittleren Unternehmen konnten wir bestehende Unsicherheiten zum Thema Künstliche Intelligenz wahrnehmen. Studien von Forschungseinrichtungen und Unternehmensberatungen zum Einsatz von KI in der Produktion von KMU bestätigten unsere Vermutungen und Erfahrungen. Um herauszufinden, ob sich unser geplantes Vorhaben am Bedarf der Unternehmen orientiert, haben wir deshalb das Interesse von Unternehmen deutschlandweit abgefragt und im Vorfeld Absichtserklärungen von verschiedenen Akteuren eingeholt. Die Orientierung am Bedarf der Unternehmen ist ein wichtiges Kriterium, um ein Vorhaben auch zum Erfolg zu führen. Wir erhielten Absichtserklärungen von Experten aus Unternehmen, die Vorreiter beim Einsatz von KI sind, von Experten aus der Forschung sowie von Akteuren in Netzwerken zum Thema Künstliche Intelligenz, die als Multiplikatoren in Frage kamen. Von rund 100 angefragten Unternehmen und Vertretern von Hochschulen hatte in unserem Fall ein knappes Drittel geantwortet, ihr Interesse bekundet und angeboten, unser Vorhaben zu unterstützen.

Fördermöglichkeiten in Anspruch nehmen

Für ein solches Vorhaben ist es zweckmäßig, nach Fördermöglichkeiten Ausschau zu halten, denn das wirtschaftliche Risiko ist nicht unerheblich. Zudem darf eine Finanzierung nicht vom Eigennutzen von Groß-Sponsoren geprägt sein. Eine neutrale finanzielle Unterstützung ist deshalb unabdingbar. Die Beteiligung an der Fachtagung und am Hackathon sollte für KMU kostenfrei sein, um keine zusätzliche Hürde aufzubauen. Deshalb haben wir uns mit unserer Projektidee „KIgoesFactory“ für die BMBF-Förderinitiative Innovationsforen Mittelstand beworben. Die Bewilligung ermöglichte es uns, die personellen und finanziellen Voraussetzungen für unser Vorhaben zu schaffen und damit ein unterstützendes und zielführendes Angebot für KMU auf die Beine zu stellen.

Ziele festlegen

Unser Ziel war es, kleine und mittlere Unternehmen dazu zu motivieren, sich mit dem Thema Künstliche Intelligenz zu beschäftigen und auszuloten, ob auch in ihrem Unternehmen KI-Anwendungen zum Einsatz kommen können. Bereits KI-erfahrene Unternehmen sollten sich mit Experten austauschen und sich fortbilden können. Ein weiteres Ziel war es, die verschiedenen Akteure aus Wirtschaft und Wissenschaft zusammenzubringen und zu vernetzen und somit auch nachhaltige Strukturen zu schaffen, die über die Projektlaufzeit hinausgehen.

Experten miteinbeziehen

Aus dem Kreis der Interessierten zum Vorhaben wurde ein Lenkungskreis mit Vertretern aus Wirtschaft und Wissenschaft gebildet, der dem Organisationsteam im IHK-IWW für fachliche Fragen und zur Unterstützung der Planungen zur Verfügung stand. Dies waren Vertreter von KMU, die bereits KI einsetzen, Dienstleister und Personen aus der Wissenschaft. Der Lenkungskreis wurde gleich zu Beginn der Planungen miteinbezogen und tagte mehrere Male in voller Besetzung. Danach wurden einzelnen Personen bestimmte Aufgaben zugeordnet. Der Lenkungskreis mit seiner Expertise war eine wertvolle Unterstützung bei fachlichen Themen und ganz besonders bei der Organisation des Hackathon-Events, beispielsweise für die Auswahl der KI-Tools oder der Bewertung der vorhandenen Use Cases, die von Unternehmen eingereicht wurden.

Auf einen Blick: Was führt zum Erfolg?

- Zuhören und den Bedarf der Unternehmen ausloten ist bei KMU von immenser Bedeutung. Ein Akteur wie eine IHK hat hier den Vorteil, dass er neutral ist und keine Vertriebsfunktion hat.
- Fördermöglichkeiten ausloten
- (Technologie-)Experten in die einzelnen Schritte der Planung von Beginn an miteinbeziehen.

Handlungsempfehlungen | Planung



Wahl der Formate

Zunächst wurde festgelegt, welche Formate sich eignen, um den Unternehmen die Anwendungen der Künstlichen Intelligenz nahezubringen. Austausch, Vernetzung und Kennenlernen von Möglichkeiten mit KI standen im Vordergrund. Wir entschieden uns für eine zweitägige Fachtagung mit einem begleitenden 24-Stunden-Hackathon. Die Fachtagung, bestehend aus Vorträgen und Workshops, sollte der Information und Vernetzung dienen. Der Hackathon sollte zeigen, wie man spielerisch an die Umsetzung herangehen und Potenziale der KI ergründen kann. Die Themen der Vorträge und Workshops sollten sowohl für KI-Einsteiger als auch für Fortgeschrittene interessant sein. Wichtig war, eine Auswahl aus Expertisen aus ganz Deutschland zusammenzutragen.

Da es ungewiss war, ob die Veranstaltung aufgrund der Corona-Pandemie in Präsenz stattfinden konnte, entschieden wir uns für eine Online-Veranstaltung. Dies hatte den Vorteil, dass die Teilnahme „vom Büro aus“ möglich war ohne dass Fahrtzeiten und -kosten entstanden und wir bundesweit Referenten sowie Teilnehmer ansprechen und rekrutieren konnten. Der große Nachteil – wie bei allen Online-Veranstaltungen – war, dass die Vernetzung und persönliche „Treffen“ in der angebotenen Veranstaltung, abgebildet über eine aufwendig erstellte digitale Plattform, erschwert wurden.

Möglichkeit zum Netzwerken schaffen

Damit die Teilnehmer trotz dem gewählten Online-Format ausreichend Gelegenheit bekamen, sich zu vernetzen und auszutauschen, griffen wir auf eine Matchmaking-Software zurück, bei der sich Personen sowohl in einer Gruppe als auch unter vier Augen unter-

halten konnten. Sobald man sich jemandem in dem Tool auf dem Bildschirm näherte, öffnete sich ein Video-Fenster und man konnte mit seinem Gegenüber eine Videokonferenz beginnen.

Programm festlegen und Referenten gewinnen

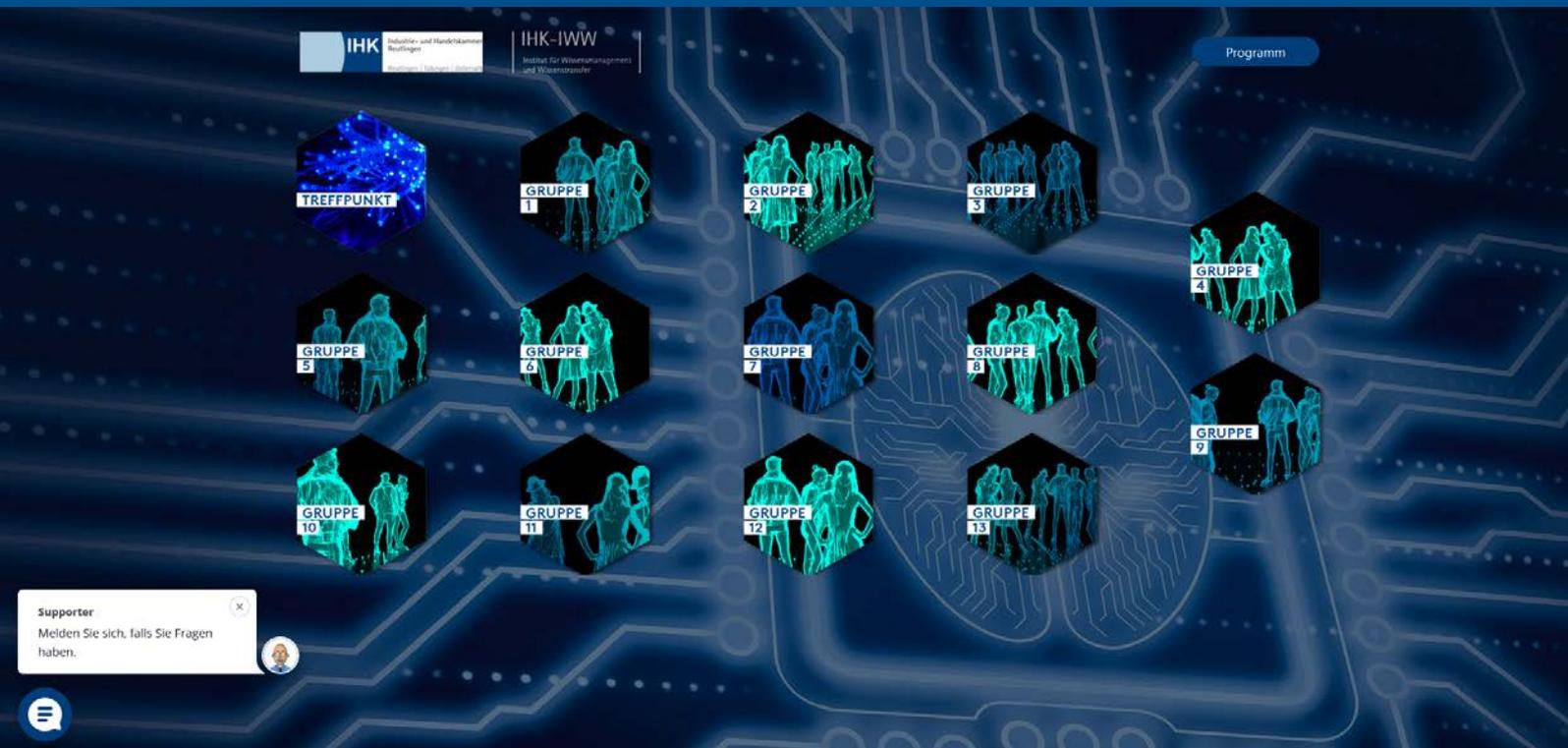
Für das Programm wurde im Projektteam zunächst eine grobe Struktur festgelegt und anschließend die einzelnen Slots mit Vorträgen und Workshops gefüllt. Die Vorträge sollten sowohl KI-Einsteiger ansprechen und in das Thema Künstliche Intelligenz einführen als auch diejenigen, die sich bereits mit dem Thema KI befasst hatten, sich aber noch unschlüssig beziehungsweise unsicher waren oder die ihre KI-Kenntnisse erweitern wollten.

Die Referenten sollten deshalb aus der Wirtschaft wie auch der Wissenschaft kommen und aus traditionsreichen Unternehmen stammen wie auch aus Start-ups, um eine ganze Bandbreite an Erfahrung zu bündeln. Es wurden gezielt die Teilnehmer des Lenkungskreises angesprochen, aber auch Professoren an Hochschulen, die zum Thema KI in der Produktion forschen und Experten aus anderen Netzwerken zum Thema Künstliche Intelligenz. Die Suche erfolgte bundesweit. Die Referenten stammten überwiegend aus Dienstleistungsunternehmen und aus der Forschung, aber auch aus Unternehmen, die bereits KI einsetzten.

Hackathon als spielerisches Element

Um KMU auf spielerische Art und Weise an das Thema Künstliche Intelligenz heranzuführen, wurde ein 24-Stunden-Hackathon organisiert, der zeitgleich zur Fachtagung stattfand. Beim Hackathon wurden Herausforderungen, sogenannte „Use Cases“, bearbeitet, die zuvor von Unternehmen eingereicht worden waren. Die Use Cases waren Aufgabenstellungen, die die Hackathon-Teilnehmer innerhalb von 24 Stunden lösen sollten. Es war nicht das Ziel, komplett fertige Lösungen zu erhalten, die sofort eingesetzt werden können, sondern es waren auch Lösungsansätze oder Herangehensweisen als Ergebnis möglich. Als Teilnehmer für den Hackathon hatten wir hauptsächlich Studierende im Blick, aber auch Unternehmensmitarbeiter sowie Wissenschaftler. Die Teilnahme Kriterien wurden bewusst offen gelassen, um keine Interessenten auszuschließen.

Handlungsempfehlungen | Planung



Organisation und Teilnehmerakquise Hackathon

Die Organisation des Hackathons erfolgte in enger Absprache mit dem Lenkungskreis. Darunter befanden sich Experten aus Dienstleistungsunternehmen, Softwareentwickler aus Unternehmen und Personen, die selbst schon an Hackathons teilgenommen hatten. So erhielten wir wertvolle Unterstützung und Informationen zur Organisation, zum Ablauf und zur Durchführung eines Hackathons. Ein Dienstleistungsunternehmen stellte die notwendigen Hackathon-Tools und Cloud Services wie Microsoft Azure Machine Learning zur Verfügung. Die Experten bewerteten, ob die verfügbaren Daten ausreichend trainiert waren, um die Use Cases beim Hackathon zu bearbeiten.

Zudem legten wir aus Personen des Lenkungskreises eine Jury fest, die die Ergebnisse des Hackathons bewertete, wir suchten Mentoren für die einzelnen Hackathon-Gruppen, die den Teilnehmern zur Seite standen und suchten nach Sponsoren, die die Preise zur Verfügung stellten. Die Teilnehmer konnten Geldpreise und Sonderpreise wie eine einjährige Mitgliedschaft in einem Inkubator und einen Gründungsworkshop für Start-ups gewinnen.

Auf einen Blick: Was führt zum Erfolg?

- Geeignete Formate wählen, um das Ziel zu erreichen: Information und spielerische Herangehensweise.
- Frühzeitige Entscheidung für ein Live- oder ein Online-Angebot. Das Online-Format hatte den Vorteil, dass es aufgrund der Unsicherheiten während der Corona-Pandemie Sicherheit bot und die Teilnehmerzahl räumlich nicht begrenzt war. Einmal mehr machten wir aber die Erfahrung, dass eine Präsenzveranstaltung zum Netzwerken und ins Gespräch kommen unschlagbar ist.
- Themen bewusst breit halten, um Anfänger sowie Fortgeschrittene anzusprechen.
- Auch bei der Organisation und Durchführung Experten miteinbeziehen, da sie die Fallstricke bei der praktischen Umsetzung beispielsweise eines Hackathons kennen.
- Dienstleistungsunternehmen als Sponsoren wie auch für technisches Know-how gewinnen (z. B. wenn es um Tools oder Arbeitsumgebungen für einen Hackathon geht).
- Expertenunterstützung bei der Erstellung von Use Cases für einen Hackathon anbieten und dafür genügend Vorlaufzeit einplanen.

Handlungsempfehlungen | Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Zielgruppen definieren

Neben den Vertretern aus kleinen und mittleren Unternehmen, die sich noch nicht oder nur wenig mit KI beschäftigen, wollten wir als Teilnehmer für unser Innovationsforum auch Experten aus Dienstleistungsunternehmen gewinnen, die ihren Kunden maßgeschneiderte KI-Lösungen anbieten konnten. Des Weiteren Wissenschaftler, die auf dem Gebiet der Künstlichen Intelligenz forschen sowie Geschäftsführungen und IT-Mitarbeiter von Unternehmen, die sich bereits intensiver mit Künstlicher Intelligenz beschäftigt hatten.

Kommunikationskanäle auswählen

Um überhaupt sichtbar zu werden und die ersten Informationen bereitzustellen, haben wir für das Innovationsforum „KlgoesFactory“ eine Homepage erstellt: <https://www.klgoesfactory.de>. Sie wurde gleich zu Projektbeginn vorerst mit minimalen Inhalten wie einer Kurzbeschreibung des Vorhabens sowie den Kontaktpersonen angelegt und nach und nach mit Inhalten gefüllt.

Anschließend haben wir die Social Media Aktivitäten der Unternehmen unseres Lenkungskreises und weiterer KMU aus der Region Neckar-Alb analysiert. Nur knapp über zehn Prozent von ihnen besaßen einen eigenen Twitter-Kanal. Wir konnten jedoch einzelne Mitarbeiter und Entscheider aus diesen Unternehmen auf Twitter ausfindig machen. Deshalb haben wir beschlossen, den Twitterkanal @KI_Neckar_Alb aufzubauen. Untermauert wurde unsere Entscheidung durch eine Studie, die von Twitter selbst durchgeführt wurde und nach der jeder vierte Twitter-Nutzer in Deutschland zu den Entscheidern in den Unternehmen gehört. Auch interessieren sich die Nutzer auf Twitter überdurchschnittlich stark für Technik⁷.

Weiterhin waren zahlreiche KI-Initiativen, beispielsweise Start-up-Netzwerke oder Netzwerke zur Digitalisierung des Mittelstands und zahlreiche Wissenschaftler aus der KI-Forschung auf Twitter vertreten. Es erschien uns deshalb auch das richtige Medium zu sein, um Multiplikatoren zu erreichen, beispielsweise Netzwerke im Bereich KI und Digitalisierung, evtl. spezialisiert auf den Mittelstand sowie technikaffine Nutzer. Auf die Netzwerke sind wir gezielt zugegangen und konnten einige davon als Kooperationspartner für unsere Veranstaltung gewinnen. Sie haben unsere Informationen in ihren Netzwerken verbreitet, im Gegenzug konnten sie sich auf unserer Fachtagung dem Publikum präsentieren.

Um eine breitere Zielgruppe anzusprechen, haben wir zusätzlich zur Ankündigung der Fachveranstaltung Pressemitteilungen verbreitet und kleine Anzeigen sowie einen Fernsehspot im Lokal-TV geschaltet. Da die Fachveranstaltung mit Hackathon zudem als Auftakt der Veranstaltungsreihe „Tübinger Innovationstage“ der IHK Reutlingen vorangestellt war, profitierte das Innovationsforum „KlgoesFactory“ auch von den Werbemaßnahmen zu dieser Veranstaltungsreihe.

Die Teilnehmer für den Hackathon wurden an den Hochschulen von uns direkt oder über die im Lenkungskreis vertretenen Professoren rekrutiert. Zudem warben wir über Social Media-Kanäle von Multiplikatoren, auf unserem eigenen Twitter-Kanal und in einer privaten Facebook-Gruppe zum Thema KI für die Teilnahme.

Handlungsempfehlungen | Öffentlichkeitsarbeit und Marketing



Vorhandene Strukturen nutzen

Die IHK Reutlingen konnte zudem auf die Teilnehmer des bereits vorhandenen Netzwerks Künstliche Intelligenz der Region Neckar-Alb (<https://www.reutlingen.ihk.de/netzwerke>) und auf die Experten von „KI-Checker Neckar-Alb“, einem regionalen KI-Labor (<https://www.ki-checker.de/>) zurückgreifen. Diese erklärten sich bereit, das Vorhaben u.a. als Mitglieder im Lenkungskreis zu unterstützen. Des Weiteren haben wir Unternehmen aus relevanten Branchen per Post über die Fachveranstaltung informiert und konnten weitere IHKs, Verbände und Initiativen als Multiplikatoren gewinnen, die über die Veranstaltung in ihren Newslettern oder auf ihren Webseiten berichteten.

Das Netzwerk KI führte bereits im Vorfeld unseres Vorhabens Unternehmen und wissenschaftliche Einrichtungen zusammen, der Fokus liegt auf dem Austausch. In dem Netzwerk sind Software-Entwickler und Wissenschaftler vertreten, die über Know-how oder Expertenwissen im Bereich KI verfügen. Dieses Netzwerk konnte auch über das Projekt „KigoesFactory“ nachhaltig ausgebaut werden, was eines der Ziele des Vorhabens darstellte.

Der „KI-Checker Neckar-Alb“ bietet Unternehmen eine individuelle und kostengünstige Beratung, einen so genannten Erstcheck, um das Potenzial des Einsatzes von KI in KMU auszuloten. Experten, die „KI-Checker“, zeigen hierbei die Vorteile und den Nutzen des Einsatzes von KI vor Ort in den Unternehmen oder geben Tipps zu bereits gestarteten Projekten. Diese Beratung ist neutral und unabhängig. Der Aufbau unseres Vorhabens „KigoesFactory“ auf bestehende Strukturen war äußerst zielführend.

Auf einen Blick: Was führt zum Erfolg?

- Nutzung eines Mix aus Social Media und klassischen Medien wie Tageszeitungen.
- Vorhandene Strukturen und ihre Kommunikationskanäle nutzen.
- Frühzeitig Multiplikatoren gewinnen und aktiv einbinden.

Handlungsempfehlungen | Nachhaltigkeit

KlgoesFactory
2 Abonnenten

KANAL ANPASSEN VIDEOS VERWALTEN

ÜBERSICHT VIDEOS PLAYLISTS KANÄLE KANALINFO

KI als strategischer Innovationstreiber für den Mittelstand
19 Aufrufe · vor 3 Monaten
Vortrag von Moritz Dierberger, Bechtle IT Systemhaus Rottenburg und Mirko Franjic, Colugo GmbH

Uploads ▶ ALLE WIEDERGEBEN

- Sicherheit in der Produktion - Die Zukunft mit KI**
8 Aufrufe · vor 2 Monaten
- KI in der Produktentwicklung - Möglichkeiten & Grenzen**
33 Aufrufe · vor 2 Monaten
- KI-Handwerkszeug: Anwendungsmöglichkeiten...**
16 Aufrufe · vor 2 Monaten
- KI als strategischer Innovationstreiber für den...**
19 Aufrufe · vor 3 Monaten
- KI in der Produktion**
30 Aufrufe · vor 3 Monaten
- KI-Handwerkszeug: Datenversionierung mit Git...**
16 Aufrufe · vor 3 Monaten

Nachhaltige Strukturen schaffen

Da der Anstich von Innovationen generell einen langen Zeitraum in Anspruch nimmt, war es wichtig, auch nach der Fachveranstaltung die Unternehmen weiter zu motivieren. Alle beteiligten Unternehmen, die an einer Weiterentwicklung der Lösungen oder Lösungsansätze der Use Cases aus dem Hackathon interessiert waren, konnten dies in der sogenannten Project Development Phase weiterverfolgen. Die Use Cases wurden fast alle entweder von den Hackathon-Teilnehmern oder von Studierenden im Rahmen einer Werkstudententätigkeit, eines Praktikums oder einer studentischen Projektarbeit weiterbearbeitet sowie im Netzwerk KI der IHK Reutlingen vorgestellt und diskutiert.

Die Vorträge und einzelne Workshops der Fachtagung wurden aufgezeichnet und in einen eigens erstellten YouTube-Kanal eingestellt, sodass diese im Nachhinein für Interessierte dauerhaft abrufbar sind. Die an der Fachveranstaltung beteiligten Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Initiativen präsentierten sich auf der Homepage in einem Marktplatz – einer digitalen Ausstellung, die

auch nach der Veranstaltung noch bestehen blieb. Zudem bekundeten einige der an der Fachtagung beteiligten Unternehmen Interesse an den Treffen des Netzwerks KI und folgten den Einladungen. Der weitere Ausbau ist angedacht.

Auf einen Blick: Was führt zum Erfolg?

- Aktivitäten auf bestehende Strukturen aufbauen.
- Über die eigentliche Veranstaltung oder das eigentliche Event hinaus denken und einplanen, wie die Unternehmen beim Thema bleiben und dieses weiterverfolgen können.
- Nachhaltige Strukturen schaffen und die Netzwerke oder Kontakte, die entstanden sind, weiterpflegen und in weitere Aktivitäten einbinden.
- Project Development Phase einplanen: Den Unternehmen die Möglichkeit bieten, Ideen weiter zu entwickeln und umzusetzen.

Verwendete Literatur

- 1 Auf Künstliche Intelligenz kommt es an. Beitrag von KI zur Innovationsleistung und Performance der deutschen Wirtschaft. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2020).
Zum Download: https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Technologie/auf-kuenstliche-intelligenz-kommt-es-an.pdf?__blob=publicationFile&tv=8
- 2 https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/potenziale-kuenstlichen-intelligenz-im-produzierenden-gewerbe-in-deutschland.pdf?__blob=publicationFile&tv=8
(Juli 2018)
- 3 <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Kuenstliche-Intelligenz-kommt-in-Unternehmen-allmaehlich-voran>
(veröffentlicht am 21.04.2021)
- 4 <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Unternehmen-tun-sich-noch-schwer-mit-Kuenstlicher-Intelligenz>
(veröffentlicht am 08.06.2020)
- 5 <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Unternehmen-erwarten-gravierende-Veraenderungen-durch-KI>
(veröffentlicht am 03.05.2021)
- 6 <https://www.internetworld.de/marketing-trends/bitkom-deutsche-firmen-vertrauen-kuenstlicher-intelligenz-staerker-2656289.html>
(veröffentlicht am 21.04.2021)
- 7 https://www.wuv.de/tech/zielgruppen_studie_wer_alles_twitter_nutzt
(veröffentlicht am 26.04.2019)

Wir danken allen Teilnehmern des Lenkungskreises



BIZERBA



sowie unseren Sponsoren



und Partnern



Impressum

Herausgeber: Institut für Wissensmanagement und Wissenstransfer der IHK Reutlingen (IHK-IWW), Hindenburgstr. 54, 72762 Reutlingen

Verantwortlich: Birgit Krattenmacher

Redaktion: Manuela Mild

Mitarbeit: Birgit Krattenmacher, Julian Müller

Druck: IHK Reutlingen

Oktober 2021

Bildnachweise

Titel: IHK Reutlingen

Seiten 3 und 4: Manz AG

Seiten 6 und 7: Screenshots der Veranstaltungsplattform für die Fachtagung und den Hackathon „KlgoesFactory“, IHK Reutlingen

Seiten 9 und 10: Screenshots des Twitter- und YouTube-Kanals zu „KlgoesFactory“, IHK Reutlingen

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck und Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Organisations-Team KlgoesFactory:



Birgit Krattenmacher

Projektleitung
IHK Reutlingen
07121 201-257
krattenmacher@reutlingen.ihk.de



Manuela Mild

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
IHK Reutlingen
07121 201-229
mild@reutlingen.ihk.de



Julian Müller

Projektmanagement
IHK Reutlingen
07121 201-137
j.mueller@reutlingen.ihk.de