



WP6 Innovation Ecosystem and Networking

Skills & Trainings Handbook for external use - offers from WP6, learning from year 1

English version

WP6 - Deliverable 6.1 - 05/2024

Action Number: 101083427

Action Acronym: DInO

Action Title: European Digital Innovation Hub - Digital Innovation Ostbayern

DInO - Digital Innovation Ostbayern ist ein gemeinsames Projekt von:



Gefördert durch:



Table of contents

Introduction	2
Task 6.1 International Matchmaking.....	4
Bavaria - Fit for Partnership: Smart City and Digitalization for Serbia on November 7, 2023	4
Informal individual online matchmaking on December 13, 2023	6
International Matchmaking Event - Japan on March 6, 2024	7
Bavaria Fit For Partnership: Logistics and Transport for Slovenia on April 17, 2024	8
Your entry into the South American market - B2B Matchmaking on May 10, 2024.....	9
Prague delegation: canceled.....	10
Summary and achievements of the task.....	11
Task 6.2 Awareness raising and initial consultation services	12
Customer Journey	12
Conversation guide	14
Survey for SMEs and public institutions (on flyers, notepads, events)	16
DInO consultation hour	18
Summary and achievements of the task.....	20
Task 6.3 Events to connect digital start-ups with large & SMEs	21
ChatGPT for public administration - online event on April 17, 2024.....	21
<i>Digital Coffee Break</i> - May 15, 2024 <i>Artificial intelligence: Am I already digital enough for this?</i>	23
<i>baiosphere KI-Kompass</i> - Kick-off on May 17, 2024.....	24
Visualization and active networking of start-ups in <i>baioscope</i> (working title)	26
Summary and achievements of the task.....	27
Task 6.4 Rural Region Early Adopter Test Pool.....	29
Development of a workflow and test guidelines for developers.....	29
Establishment of a network of multipliers.....	30
<i>Digital Coffee Break</i> on December 11, 2024: <i>Is my product ready for the market? Test it out!</i>	31
Summary and achievements of the task.....	32
Conclusion	34

Introduction

The work package WP6 *Innovation Ecosystem & Networking* of the EDIH Digital Innovation Ostbayern (DInO) is led by the Bavarian AI Agency (BKIA). Deggendorf Institute of Technology (THD) and R-Tech GmbH (represented by the Cluster Mobility & Logistics) are also each responsible for one of the four tasks, so that the aim of the work package is already reflected in the internal organization. The focus is on the goal of establishing a cross-actor network for digitalization and thus supporting Eastern Bavaria in becoming a leading digital region. The development, expansion and strengthening of the regional and supra-regional innovation ecosystem is primarily focused on building bridges along the value chain in a cross-industry environment to enable mutual learning and joint growth and thus increase the region's digital maturity in the long term.

International matchmaking helps small and medium-sized enterprises (SMEs) to find the right partners for their internationalization strategy. To this end, the DInO consortium partners offer various events to network stakeholders within the border region and beyond. Together with other national and international EDIH representatives, they act as mediators to bring players together across borders and promote international cooperation on topics related to digitalization and cooperative technology development.

Awareness-raising and initial consulting services help SMEs and public sector entities (PSEs) to assess their digital maturity and identify potential for improvement. The DInO consortium partners support the organizations in finding their way through the services offered within the DInO project and the entire EDIH ecosystem and in identifying those services that best meet their individual needs. This also includes broadly promoting and visualizing available offers that are relevant for the regional actors of the innovation ecosystem.

Events designed to bring digital start-ups together with SMEs and PSEs serve to support young digital companies in their search for their first customers and strengthen the networking of SMEs with providers of new digital products and services to solve their individual problems. The aim is to create an agile and informative, yet low-threshold environment, particularly for rural regions in the areas of digitalization and artificial intelligence (AI). The Bavarian AI Agency acts as a key institution in organizing events and as a mediator to bring together seekers and providers of market-ready digital solutions.

Finally, the database-supported test pool of potential users helps SMEs to have their new digital products and services tested by the respective target group. It comprises various stakeholder groups, e.g. employees of public institutions or companies from a wide range of sectors and sizes, as well as citizens of different ages. This gives the members of the region practical experience in dealing with digital products, while the companies conducting the tests receive direct feedback from their target groups and potential customers.

In this handbook, various activities of the individual offers of the work package are summarized and respective experiences and findings are derived.

Task 6.1 International Matchmaking

The aim of the task *International Matchmaking* within the Innovation Ecosystem is to offer Eastern Bavarian companies and start-ups a wide range of opportunities to network internationally. The aim is to find potential cooperation and business partners as well as customers and to create a platform for knowledge transfer. The networking opportunities are mainly based on events that take place at regular intervals throughout the duration of the DInO project.

The Cluster Mobility & Logistics is the task lead due to its status as a network partner in the DInO. The cluster contributes to this task with many years of experience in event management at regional and international level. As a result, since the beginning, DInO matchmaking events have been planned with focus topics and they provide companies with both informative input and sufficient time for networking. In addition, presenting the overall DInO project is an integral part of the agenda with the aim of drawing companies' attention to the other DInO services.

Stakeholders from Germany and other countries are involved in the planning of the events. In addition, existing structures for DInO are actively used. The stakeholders serve to moderate targeted and intensive international exchange. This way, an oversaturation of the event market can be counteracted by means of resource-oriented cooperation. Companies are thus addressed more precisely. One example of this is the *Bayerische Gesellschaft für Internationale Wirtschaftsbeziehungen mbH*, also known as *Bayern International*, which - in cooperation with the Bavarian State Ministry of Economic Affairs, Regional Development and Energy - supports Bavarian SMEs in internationalization matters. Other stakeholders include other EDIHs, with whom joint events are organized, as well as German Chambers of Commerce and Offices of the Free State of Bavaria at international locations.

In the first year of the DInO project, five international matchmaking events were held, at which a total of 17 different participating companies could network with companies from EU countries, Turkey, Japan and South America. The focus topics were smart city, digitalization, logistics, transport and the transformation of the automotive industry.

Bavaria - Fit for Partnership:

Smart City and Digitalization for Serbia on November 7, 2023

The event on November 7, 2023 at TechBase Regensburg was a cooperation with Bayern International for the reception of a Serbian company delegation on the topic of Smart City & Digitalization. Bavarian companies were invited to introduce themselves and network through company presentations and promotional materials. On the Serbian side, the German Chamber of Commerce in Serbia was actively involved in recruiting companies for the trip.

Objective:

The aim of the delegation reception was to connect Bavarian companies with Serbian company representatives and stakeholders in the field of smart city and digitalization. The foreign guests were to gain an overview of Eastern Bavarian innovation ecosystems with the Cluster Mobility & Logistics and TechBase as essential stakeholders. The envisioned number of participants from the Bavarian side was 5-8 companies. From an organizational point of view, this first cooperation for DInO with Bayern International was expected to result in sustainable contacts for future cooperation at the same or a similar level. Additionally, the first KPIs for DInO's international matchmaking were to be achieved.

Planning and implementation:

The implementing partner of Bayern International contacted the Cluster Mobility & Logistics in July 2023 to request active participation in the program for the delegation. This proved to be an ideal opportunity for the cluster to specifically address the International Matchmaking service in the DInO. The foreign delegations of the Bayern Fit for Partnership program of Bayern International are always subject to a specific theme and include many different program points over several days, from company and network visits to matchmaking events with Bavarian companies. DInO took the opportunity to get involved and offer Eastern Bavarian companies the chance to network on Smart City & Digitalization.

The actual planning of the event in the TechBase was managed by the cluster's event and project managers. Catering was organized, companies approached and a conference room booked. The advantage of the TechBase is that in this building, there are several suitable conference rooms available for events.

Receiving the delegation permitted the presentation of the Regensburg innovation ecosystem and the DInO project, ten-minute presentations by Bavarian companies and bilateral discussions between delegation travelers and the Bavarian companies. A Regensburg company that provides cargo bikes on a rental basis could demonstrate its product in front of the TechBase and participants had the chance to take a test ride. After the event, lunch was shared in the TechBase canteen SpeicherBar before the delegation made its way to the next item on the agenda.

Result / Learnings:

The companies were able to exchange ideas intensively thanks to the presentations and time for extensive networking. Despite the partners intensively advertising for the event, only three Bavarian companies were present, one of them stemming from the TechBase network in Regensburg. Still, the cooperation with Bayern International is proving to be very productive, as it allows forces to be joined and gives Eastern Bavarian companies an excellent opportunity to take part in international exchanges. At project level, very good contacts have been established with Bayern International and the organizing partner of the event, who now both appreciate DInO as a multiplier and partner. Further cooperations will follow.

Informal individual online matchmaking on December 13, 2023

A Turkish logistics company with an additional location in Vienna coming from the Cluster Mobility & Logistics network was searching for cooperations and partners. The cluster connected it with member companies at an informal matchmaking online meeting on 13 December 2023 in response to the company's individual request. During a one-hour online meeting, all companies introduced themselves with presentations and talked about opportunities for future cooperation. Contact details were then exchanged for more in-depth discussions.

Objective:

The aim was to create a simple and effective networking opportunity for companies to establish contacts and potential collaborations. The participants were supposed to be able to exchange ideas intensively on a small scale to evaluate connecting factors and establish lasting contacts. The number of participants was therefore limited to less than ten companies to achieve this level of exchange.

Planning and implementation:

The request from the Turkish company reached the Cluster Mobility & Logistics at the end of October 2023. The company asked to be connected with Bavarian companies that could be considered for collaboration. It was decided to organize a matchmaking session via an online meeting. Due to the informal nature of the matchmaking, only network companies that could be categorized thematically in advance were approached. A call was launched in the cluster's member mailing announcing the date; logistics companies were also invited individually. Three logistics companies responded, two of which were cluster members and one from the Digital Founders' Initiative Upper Palatinate network. The companies were asked to prepare company presentations in English for approximately ten-minute presentations.

In the meeting itself, the cluster and DInO were first briefly introduced to set the scene for the event. Afterwards, the searching company presented itself in detail and was then able to listen to the Bavarian company pitches.

Result / Learnings:

Organizing the meeting was straightforward and easy to handle. The event itself ran smoothly and the format was very well received by the participants due to its effectiveness and the opportunity to exchange ideas in person on a small scale. The schedule worked out well; all participants were able to have their say and ask questions after the presentations. Two out of three German companies identified potential points of cooperation directly during the meeting. Further meetings were arranged verbally. After the meeting, contacts were established with all participants via a mailing list. The objectives were all achieved, as demonstrated by the positive feedback from all companies following the event.

International Matchmaking Event - Japan on March 6, 2024

The Japanese Saitama City Cluster visited Bavaria with Japanese company representatives at the beginning of March 2024 and paid a visit to the Cluster Mobility & Logistics alongside Bayern Innovativ on March 6, 2024. Three Bavarian companies took the opportunity to present themselves and make contacts over lunch afterwards. The topic was transformation in the economy, primarily in the automotive industry.

Objective:

The aim of the delegation reception was to connect Bavarian companies with Japanese company representatives and stakeholders on the topic of transformation. It was also anticipated that the foreign guests would gain an overview of the Regensburg innovation ecosystem with the Cluster Mobility & Logistics and TechBase as essential stakeholders. The envisioned number of participants from the Bavarian side was 5-8 companies. From an organizational point of view, DInO wanted to give Bavarian companies the opportunity for excellent non-European contacts.

Planning and implementation:

The request for the visit reached the Cluster Mobility & Logistics in November 2023 – for the Saitama City Cluster, the contact with the Cluster Mobility & Logistics was established via Bayern Innovativ. The agenda was set after an organizational meeting with the head of the delegation and several emails. Companies were invited to the exchange via various cluster and DInO channels – three Bavarian companies from cluster and TechBase networks accepted.

Planning of the event in the TechBase was managed by the cluster's event and project managers. Catering was organized, companies approached and a conference room booked.

At the event, the current head of the City of Regensburg's Office for Economy and Science first welcomed the attendees and gave an insight into the development of the city of Regensburg as a business location for the (automotive) industry in Bavaria. The DInO project and another project of the Cluster Mobility & Logistics, transform.r, were also presented; the Bavarian companies then had the opportunity to present themselves. There were some lively questions from the Japanese guests, the level of interest was very high.

During the lunch that followed, the companies were able to exchange ideas; DInO also made good use of this opportunity.

Subsequently, at least one Bavarian and two Japanese companies intensified their newly established contact, which can be seen as a good success for DInO International Matchmaking.

Result / Learnings:

Organizing the event together with the Saitama City Cluster was straightforward. The exchange format with company presentations and networking section also proved successful with the Japanese guests. The presence of the Head of the Department of Economics and Science as an official representative of the City of Regensburg was particularly important, as he was able to answer some additional questions and provide

input. This also increased the external impact and strengthened the interest in international exchange. The small setting with a total of around 20 people present meant that the focus could be optimally placed on the individual companies present. The companies exchanged contact details, which emphasized the success of the exchange.

Bavaria Fit For Partnership: Logistics and Transport for Slovenia on April 17, 2024

The event on April 17, 2024 at TechBase Regensburg was a renewed cooperation with Bayern International for the reception of a Slovenian company delegation on the topics of logistics and transport. Bavarian companies were invited to introduce themselves and network by means of company presentations and advertising materials at a trade exhibition. On the Slovenian side, the German Chamber of Commerce Slovenia was actively involved in recruiting companies for the trip.

Objective:

The aim of the delegation reception was to connect Bavarian companies with Slovenian company representatives and stakeholders in the field of logistics and transportation. The foreign guests were to gain an overview of Eastern Bavarian innovation ecosystems with the Cluster Mobility & Logistics and TechBase as essential stakeholders. The envisioned number of participants from the Bavarian side was 5-8 companies. From an organizational point of view, this second cooperation for DInO with Bayern International was intended to strengthen existing contacts. It was important to establish contact with the company in charge of planning and implementing the delegation.

Planning and implementation:

Bayern International's partner for the event contacted the Cluster Mobility & Logistics in January 2024 to request active participation in the program for the delegation. This proved to be an ideal opportunity for the cluster to offer companies in the logistics network an opportunity for international exchange. The actual planning of the event in the TechBase was managed by the cluster's event and project managers. Catering was organized, companies approached and a conference room booked.

The reception for the delegation enabled the presentation of the Regensburg innovation ecosystem and the DInO project, ten-minute presentations by Bavarian companies and bilateral discussions between delegation travelers and the Bavarian companies. One highlight was the presentation of Slovenian economic relations by the Managing Director of The German Chamber of Commerce Slovenia and the Slovenian Consul General from Munich, both of whom also took part in networking after the presentations. Large and important Slovenian logistics companies were also participating in the delegation, which raised the level of the event even higher. Intensive discussions were held between the participants over lunch, with the result that the delegation left 15 minutes late. The atmosphere on both the Slovenian and Bavarian sides was very good.

Result / Learnings:

The feedback from both the Slovenian and German sides was excellent. The companies were able to exchange ideas intensively through the program with presentations and a networking section. Thanks to intensive advertising, eight Bavarian companies, one of which was a cluster member, were present. Six of the Bavarian companies also presented themselves at a trade exhibition with advertising materials to illustrate their activities and services. The cooperation with Bayern International repeatedly proved to be very productive, as it once again permitted for existing forces to be joined and gave Eastern Bavarian companies an excellent opportunity to take advantage of international exchange. At project level, further good contact has been established with Bayern International and Commit Project Partners. Further collaborations will take place.

Your entry into the South American market - B2B Matchmaking on May 10, 2024

The event on May 10, 2024 in the TechBase Regensburg was a cooperation with the Office of the Free State of Bavaria in South America and the University Adolfo Ibáñez, one of the most renowned universities and business schools in Chile and Latin America, which educates the region's executive managers. Bavarian companies were invited to introduce themselves and network at a trade exhibition by means of company presentations and advertising materials.

Objective:

The aim of the South American delegation's visit to Bavaria, which lasted several days, was to promote Bavaria as a business location. It was important for the South American organizers that the existing innovation ecosystems should be presented during the program organized at TechBase and that there should be a focus on sustainability and innovation. The hoped-for number of participants from the Bavarian side was 5-8 companies. From an organizational point of view, this cooperation should also facilitate opportunities for DInO companies outside Europe, just like the matchmaking with Japanese companies. The South American organizers announced that the approximately 40 delegation participants were the "future CEOs and ministers of South America". This was therefore to be a strong argument for the Bavarian players to take part in the matchmaking.

Planning and implementation:

Contact with the Office of the Free State of Bavaria in South America was initiated by the Cluster Mobility & Logistics in November 2023 after a newsletter sent from South America on international exchange opportunities. First emails were quickly followed by a meeting in which the concept of the May delegation was presented as a cooperation opportunity. Specific plans were set in motion and an agenda was drawn up with the Chamber of Industry and Commerce of Regensburg (IHK) and the City of Regensburg as active participants. The IHK was represented by its deputy head of the international department and his speech focused on the region's cross-border economic relations.

The actual planning of the event in the TechBase was managed by the cluster's event and project managers. Catering was organized, companies approached and a conference room booked. The extensive promotion of the event resulted in registrations from several Bavarian companies and a university. In the end, unfortunately only one Bavarian company was present.

The delegation's reception allowed the Chamber of Industry and Commerce and the city to present Regensburg's innovation ecosystem. The Cluster Mobility & Logistics and the DInO project in particular were presented, there was a five-minute presentation by the Bavarian company as well as bilateral discussions between delegation travelers, members of the Cluster Mobility & Logistics and the Bavarian company present. The representative of the Chilean university also presented South American markets, particularly the Chilean market.

Result / Learnings:

Company participation from the Bavarian side was not as high as hoped - this was probably because the event took place on a Friday after a public holiday. However, this timing was unavoidable due to the delegation's schedule. In future, greater care will be taken to avoid Fridays after holidays when planning events. The fact that only one of the four registered participants attended was due to cancellations at very short notice and one person who stayed away despite reminder e-mails.

The cooperation with the Office of the Free State of Bavaria in South America proved to be very productive, as it permitted to join forces and gave Eastern Bavarian companies an excellent opportunity to take advantage of the international exchange with future South American decision-makers. The feedback from the delegation participants was very positive and the Regensburg innovation ecosystem was received with great interest. At project level, a good new contact was established with the Office of the Free State of Bavaria in South America.

Prague delegation: canceled

In June 2024, an outgoing delegation to Prague was originally planned in cooperation with Czech partners. The focus was to be on artificial intelligence. Due to communication difficulties with an international cooperation partner, the delegation was canceled at the beginning of February 2024 and postponed until further notice.

Objective:

The aim of the delegation was to give Eastern Bavarian companies an opportunity to see best practices in AI technologies abroad and to establish valuable contacts both with Czech stakeholders and amongst each other.

Planning and implementation:

The idea for the delegation arose at the Horizon Europe Calls matchmaking event in Prague in September 2023. An organizer of another EDIH there proved to be a good contact and seemed motivated to plan a delegation with DInO. At a meeting in fall 2023,

the agenda for the organizational process was scheduled. Due to a high workload on the Czech side, communication then came to a hold and the delegation was canceled due to several uncertainties.

Result / Learnings:

An outgoing delegation would be desirable for the DInO project period. However, cooperation with international partners must then entail a high degree of reliability in communication and organization. For this reason, potential delegation partners will be evaluated in further steps and new ideas will be initiated and implemented in the future on a good basis of trust.

Summary and achievements of the task

With the help of good contacts to stakeholders such as Bayern International, Bayern Innovativ and the Office of the Free State of Bavaria in South America, international matchmaking in the DInO innovation ecosystem is making excellent progress. This is demonstrated by the fact that 17 participating SMEs have been reached after one year of the project, in which KPIs of a total of 50 SMEs are to be achieved. The various topical and geographic focuses at the events that have taken place so far have enabled a wide variety of companies to benefit from this DInO service. The aim is to continue to ensure such a broad positioning in the future so that as many Eastern Bavarian companies as possible can be supported.

For upcoming events, DInO will continue to focus on cooperations to join forces and avoid creating an oversupply of matchmaking opportunities for companies. In addition to the mentioned stakeholders, existing contacts with other EDIHs will actively be used. An objective here is to organize joint matchmaking events in which all participating EDIHs and their companies can benefit from each other. One such event is envisaged for November 2024.

It is also advisable to focus more on the topic of logistics and transportation, as this has been the most popular topic for international matchmaking in the network to date. When cooperating with stakeholders, the Cluster Mobility & Logistics' many years of experience are a real advantage when it comes to organizing DInO events. The same applies to assessing the usefulness of cooperation, as was demonstrated by the canceled Prague delegation. Based on experience, the decision to cancel was made because a successful and well-organized event could only be guaranteed to a limited extent.

Finally, it should be mentioned that the presentation of the DInO project at the events was beneficial for the overall project – the project presentation aroused the interest of several companies to learn more about the DInO services.

Task 6.2 Awareness raising and initial consultation services

Initial and awareness-raising consulting is a key measure aimed at making it easier for companies to access the EDIH DInO's services. The aim of this initiative is to establish a systematic approach to promoting and accelerating digitalization in SMEs and public sector institutions.

The target group for initial and awareness-raising consulting mainly comprises SMEs and PSEs that are on the path to digital transformation. These companies and institutions often face the challenge of lacking the necessary knowledge and resources to fully exploit the potential of digitalization. This is where this service comes in, offering tailored support and guidance to strengthen digital skills and ensure the sustainable implementation of new technologies.

The starting point for this service is characterized by the increasing need to improve the digital competitiveness of SMEs and PSEs. Many of these organizations are at the beginning of their digital journey and need support to understand and exploit the many opportunities offered by digital technologies.

To achieve the objective, a guideline has been developed that is designed to advertise the EDIH's services among the relevant target groups. This guideline serves as the basis for the initial consultation and includes measures to increase awareness and understanding of the importance of digitalization.

An essential part of the initial and awareness-raising consultations is conducting standardized reviews that objectively assess the digital capabilities and maturity of the organizations in question. These reviews are crucial for determining the customer's status of digitalization and providing targeted recommendations for further development. Additionally, support is offered in completing the Digital Maturity Assessments (DMA) questionnaires for public institutions or SMEs to enable a comprehensive assessment of the level of digitalization and provide a sound basis for planning and implementing digitalization strategies.

In summary, initial and awareness-raising consulting aims to provide SMEs and PSEs with a clear and accessible path to digitalization. Through targeted advice and support, these organizations should be empowered to make the most of the opportunities presented by digital transformation and increase their competitiveness in an increasingly digitalized world.

Customer Journey

The customer journey in the DInO project describes the entire process that a customer undergoes from the initial contact to the implementation of a service and support offered by it. It covers all interactions and points of contact between the customer and the DInO team. The aim is to optimize the customer experience by understanding and responding to the customer's needs and feedback at every stage of the project to increase their satisfaction.

Objective:

The customer journey aims to provide a simplified and comprehensible representation of processes. By visualizing the customer journey, processes are not only optimized but also standardized, making them transparent and accessible to all members of the project consortium. This promotes a uniform way of working and facilitates collaboration between the various parties involved. Another aim of the customer journey is to demonstrate a high level of professionalism to customers. By clearly showing the steps and points of interaction, customers can recognize the quality and efficiency of the processes, which strengthens trust in the project consortium and its services. In addition, the customer journey helps to improve the customer's experience by providing insights into their needs and expectations.

Planning and implementation:

The customer journey plays a central role in all areas of the project, which is why a detailed reflection of the individual tasks was carried out as an essential cornerstone for creating it. This process served to develop an in-depth understanding of the various services and their customer relationships. The starting point of this comprehensive analysis was a workshop in which classic brainstorming was used to discuss how the ideal customer journey through the DInO project should be designed.

In subsequent meetings, the structure of the customer journey was successively deepened and concretized. A clear picture could soon be drawn of how the path from initial contact to successful completion of the process should proceed. In this process, the test phase was decisive. Here, the concepts and strategies developed up to that point were checked for their practical suitability. This made it possible to identify any weak points and make appropriate adjustments to further optimize the customer journey.

A PowerPoint presentation was created to communicate the results and findings clearly and comprehensibly to the entire project consortium. This contained process illustrations and links to the necessary documents required during the consulting process. This gave every consortium member a comprehensive overview of the customer journey and the associated processes, which facilitated the successful implementation and continuous improvement of the project.

Result / Learnings:

The analysis of the customer journey has provided profound insights into the interaction processes with customers and firmly established how central it is to optimizing customer relationships. Its successful integration into workflows shows that it is not just a theoretical model, but a practical tool that contributes to improving the customer experience. The customer journey has proven to be particularly valuable in the onboarding process of new project staff, as it promotes a better understanding of customer needs and expectations and thus leads to more efficient and targeted workflows.

Introducing and adapting the customer journey in practice required several cycles and test phases, which underlines the need for a flexible and iterative approach. These phases were essential to adapt the theoretical models to real-life conditions and ensure effectiveness in practice. The learning from this experience is that continuous feedback

and adjustments are essential to effectively embed the customer journey into the communication routine of DInO consultants.

In addition, the results show that a well-designed customer journey leads to an increase in customer satisfaction and loyalty by creating a seamless and personalized customer experience.

The DInO customer journey is shown schematically in figure 1. The customer journey starts with an undefined request to the DInO project staff, followed by an initial consultation to see if the request can be made more specific or if it remains vague. If it can be specified, a second initial consultation is carried out by the responsible DInO contact person to prepare the service consultation. If it remains vague, a follow-up contact is scheduled at a later date. As a result of the collaborative discussions within the project consortium, the customer journey has been modified so that it is possible to enter with a specific request, allowing the customer to start the journey at a later stage.

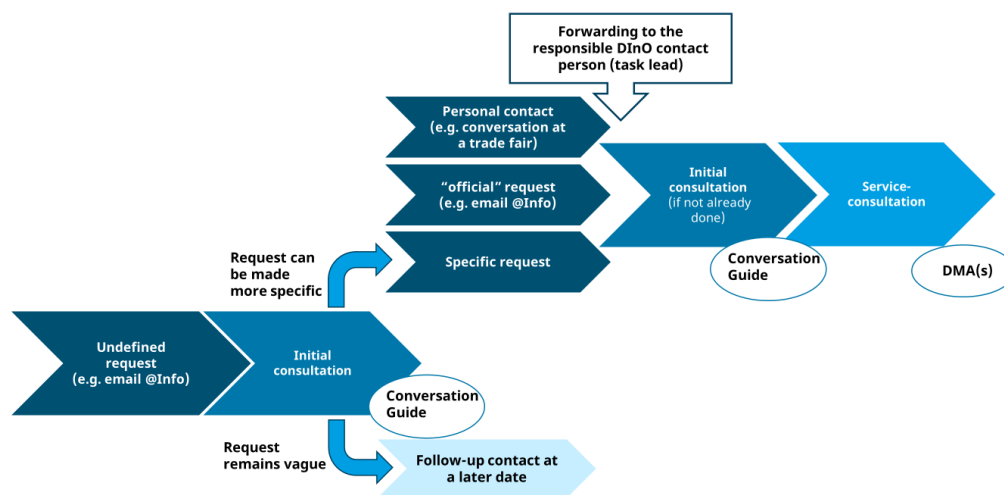


Figure 1: Customer journey

Conversation guide

The conversation guide in the DInO project structures communication measures to conduct consultations consistently and efficiently. It aims to create a solid data basis for analyses and decisions through standardized data collection and clear communication. It promotes understanding between employees and (potential) customers, especially during their initial contact, facilitates the transfer of information and avoids duplication of work.

Objective:

A conversation guide serves as a structured tool to ensure that consultations within the DInO project are conducted consistently and efficiently. Its main objectives include ensuring standardized data collection and promoting clear communication between project staff and its (potential) customers.

The use of a conversation guide enables project staff to systematically document all relevant information received in a consultation in a standardized form. This helps to ensure that no important data is overlooked and creates a solid database, which is essential for analysis and decision-making during the course of the project.

It is particularly important to handle the conversation guide carefully during the initial meeting or consultation. This initial contact lays the foundation for the customer journey by establishing a basic level of understanding between project staff and customers. Precisely documenting this initial interaction ensures that customers can be effectively forwarded to the responsible person or department.

The conversation guide also enables a seamless transfer of information. The subsequent contact persons can access the data that has already been collected, which avoids duplication of work and increases the efficiency of the process. This not only facilitates continuing the customer relationship, but also enables personalized and targeted further support based on the information already collected.

Planning and implementation:

The development of the project conversation guide began with carefully identifying the required database. This fundamental step involved analyzing the specific requirements that are essential to meet the defined key performance indicators (KPIs). Thanks to this precise data basis, the transition to the design phase of the conversation guide was smooth.

In this phase, a creative brainstorming process was first initiated. The information which is central for further processing was focused here. Critical questions were asked as to what knowledge the next contact person would need to provide customers with effective further support. It was also discussed in which format the data could be most effectively recorded and made accessible to ensure optimal use and comprehensibility for all parties involved.

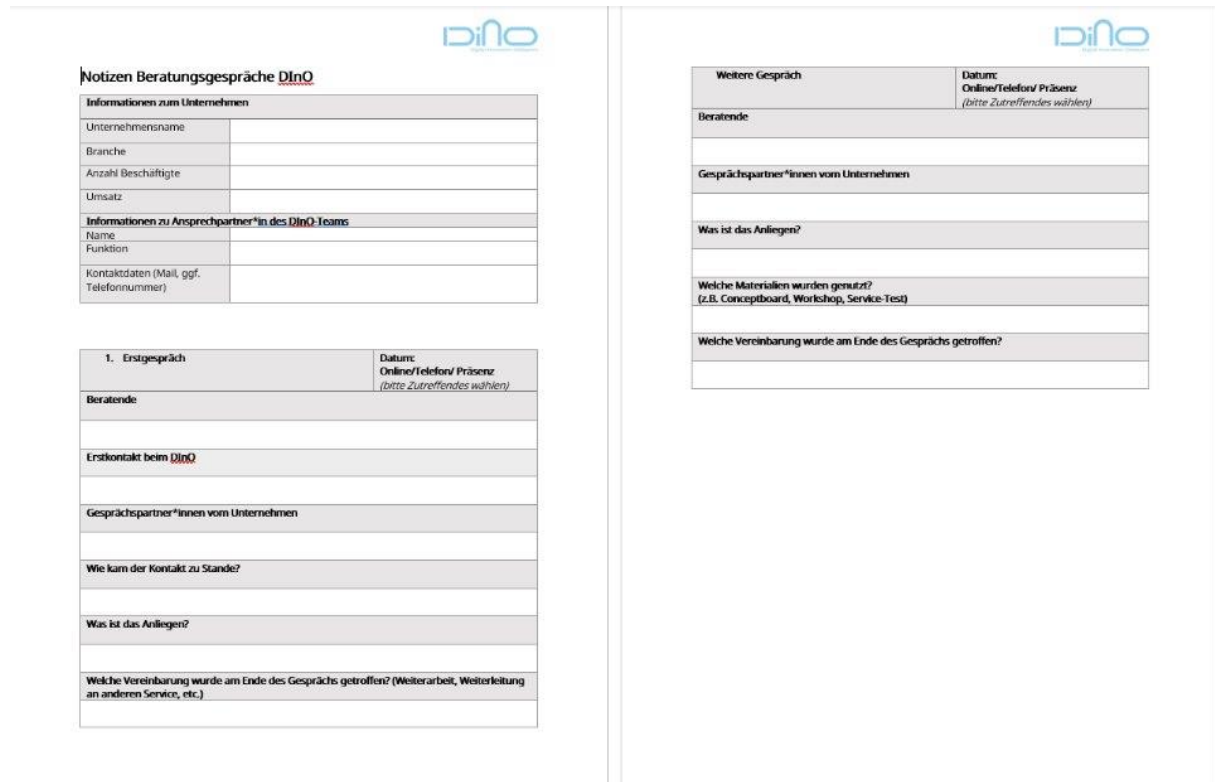
Initially, a document with a table that could be filled out was implemented to enable structured data collection. This method served as a starting point to practically apply the conversation guide and gain initial insights. However, given the dynamic development of the project, it was soon realized that a more flexible and scalable solution was required. For this reason, the system was further developed and integrated into the Customer Relationship Management (CRM) system. This adaptation made it possible to seamlessly integrate data collection and processing into the existing workflows. Using the CRM system for the conversation guide not only allows for more efficient data maintenance and analysis, but also supports the continuous improvement and adaptation of the process to the changing requirements of the project.

Result / Learnings:

Introducing and using a conversation guide leads to significant improvements in the quality and consistency of data. This tool enables project teams to record information systematically and uniformly, creating a solid basis for analysis and decision-making.

Another immediate benefit is the increase in communication efficiency. The guide helps employees to focus on the essential aspects and ensures that all critical information is captured during the consultations. This reduces the need for subsequent interactions to supplement data and leads to faster and more effective customer service.

An overall result is that structured communication tools such as the conversation guide are crucial for the effective management of customer relationships and successful project implementation. They not only promote clarity and completeness in communication but are also central to achieving the set project goals. The initial conversation guide template is shown in the figure 2:



Notizen Beratungsgespräche DInO	
Informationen zum Unternehmen	
Unternehmensname	
Branche	
Anzahl Beschäftigte	
Umsatz	
Informationen zu Ansprechpartner*innen in des DInO-Teams	
Name	
Funktion	
Kontaktadressen (Mail, ggf. Telefonnummer)	
1. Erstgespräch	
Datum:	Online/Telefon/ Präsenz (bitte Zutreffendes wählen)
Beratende	
Erstkontakt beim DInO	
Gesprächspartner*innen vom Unternehmen	
Wie kam der Kontakt zu Stande?	
Was ist das Anliegen?	
Welche Vereinbarung wurde am Ende des Gesprächs getroffen? (Weiterarbeit, Weiterleitung an anderen Service, etc.)	

Weitere Gespräch	
Datum:	Online/Telefon/ Präsenz (bitte Zutreffendes wählen)
Beratende	
Gesprächspartner*innen vom Unternehmen	
Was ist das Anliegen?	
Welche Materialien wurden genutzt? (z.B. Conceptboard, Workshop, Service-Test)	
Welche Vereinbarung wurde am Ende des Gesprächs getroffen?	

Figure 2: Template conversation guide (available in German only)

Survey for SMEs and public institutions (on flyers, notepads, events)

A survey for SMEs and public institutions can be accessed via a QR code on flyers, notepads and at events. This innovative initiative offers an easy way to assess the current state of digitalization and provides insights into specific challenges. It enables DInO employees to adapt services in a targeted manner and effectively promote digital progress. The survey can be accessed via this link: <https://survey.th-deg.de/index.php/624728>

Objective:

As part of the efforts to improve accessibility for SMEs and public institutions, an innovative measure was implemented: the development of a survey that is easily accessible via QR code on the promotional materials. This initiative aims to create easy initial access to the services offered by DInO and provides an interactive platform where participants can assess their current level of digitalization at the same time.

This survey has been carefully designed to get a clear picture of how organizations are implementing digital transformation in their operations and the challenges they are experiencing. Scanning the QR code takes interested parties directly to the survey, which not only modernizes the process but also makes it user-friendly.

Integrating QR codes on advertising materials enables direct and efficient interaction with the target group. This approach makes it easier to enter the dialogue with SMEs and public institutions and enables the consortium partners to gain valuable insights into specific needs and expectations of the customer's digitalization process. In this way, services and solutions can be better tailored to individual requirements.

In addition, the survey offers participants the opportunity to carry out a self-assessment of their digitalization progress. This not only promotes awareness and reflection on their own level of digital maturity, but also provides DInO employees with important data to identify support needs more precisely and develop targeted measures to promote digital transformation in SMEs and public institutions.

Overall, this survey represents a crucial step in building a bridge between the current digital capabilities of SMEs and public institutions and the potential improvements that can be realized through DInO support. It is a tool that not only facilitates communication and interaction, but also provides in-depth insights into the digital landscape of these organizations, which is essential for the successful implementation of digital initiatives.

Planning and implementation:

A multi-stage approach was taken when planning and implementing the survey activity for SMEs and public institutions to develop a comprehensive and effective strategy.

In the first phase of planning, the focus was on defining the core objectives of the survey. Particular emphasis was placed on identifying the specific needs and challenges of SMEs and public sector organizations in relation to digital transformation. This objective served as a guide for the development of the survey questions, which aimed to gain a detailed understanding of the digital landscape of these organizations.

A comprehensive questionnaire was then created, ensuring that the questions were clear, precise and tailored to the needs of the target group. The questions were designed to provide qualitative and quantitative insights into the digitalization process of the organizations surveyed. Care was also taken to ensure user-friendliness to trigger a high response rate.

Parallel to the development of the questionnaire, an innovative dissemination strategy was developed that included the use of QR codes on promotional materials. This strategy aimed to make access to the survey as easy and seamless as possible. The QR codes were printed on a variety of materials, including brochures, posters and business cards, to ensure wide visibility and accessibility.

During the design of the survey, particular attention was paid to data collection and analysis. After the survey was launched, the incoming data was continuously monitored and analyzed. This made it possible to gain deep insights into the status of digital adaptation at the organizations surveyed and to identify potential areas for support measures.

Result / Learnings:

Implementing the surveys for SMEs and public institutions has led to results and learning experiences that allow for a mixed reflection on the effectiveness of this initiative.

One of the main findings is that the expected response rates were not achieved, resulting in a limited amount of data. This has limited the comprehensive analysis of digitalization needs and challenges that was sought. While the data obtained provides an insight into the digital practices of some SMEs and public institutions, it may not reflect the full spectrum of target groups.

Despite the low response rate, the ones collected have revealed some important information about the digital priorities and challenges of the participating organizations. These insights are valuable for developing an initial understanding of the digital requirements of targeted companies and public institutions and establishing initial contact with the survey participants on this basis.

From this experience, it was learned that achieving a high response rate is a challenge that requires a differentiated strategy. The use of QR codes alone may not be sufficient to ensure broad participation. This has shown the importance of diversifying and adapting the methods used to engage target groups. As a first consequence, the dissemination of the survey was reinforced by additional multipliers known to companies in the region.

Another learning concerns the need to constantly review and improve the survey process and communication. It may be necessary to offer additional incentives to participants for completing the survey or to intensify advertising strategies to achieve higher participation.

DInO consultation hour

The DInO consultation hour offers SMEs and public institutions a low-threshold platform for initial contact. The aim is to impart knowledge and create broad awareness of digital transformation. Virtual and physical formats are used to facilitate an open exchange and promote dialog with stakeholders. This initiative strengthens relationships and supports the continuous improvement of participants' digital skills.

Objective:

The goal of the DInO consultation hour, an initiative in development, is to establish initial contact with clients in a low-threshold manner. This format offers a platform for open exchange where participants can freely share their experiences and needs, building trust and relationships.

A key objective is to regularly reach a certain number of participants to create a broad basis for feedback and interaction. This makes it possible to gather valuable insights into the needs and challenges of DInO costumers, which is crucial for the continuous improvement of consultation hours and all services.

The initiative also aims to establish significant new contacts and attract users to the platform. Each new user broadens the understanding of the diverse requirements and expectations in the context of digital transformation.

Overall, the DInO consultation hour is not only a forum for dialog and support, but also a crucial tool for data collection. It enables DInO employees to design their services precisely and in line with demand, thus maximizing the effectiveness of the initiative.

Planning and implementation:

Planning and implementing the DInO consultation hour is a multi-stage process that ranges from the precise definition of the objectives to wrap-up sessions.

Planning

- **Goal definition:** First, the main goal of the consultation hour is defined: to establish a simple and low-threshold initial contact with customers and enable an open exchange. The aim is to develop an understanding of the participants' needs and challenges and to build trust.
- **Scheduling:** The appointments are carefully planned to ensure optimal participation. Care is taken to ensure that the consultation hours take place at times that are convenient for the target group.
- **Resource allocation:** It is being decided which and how many project employees can and need to participate in and support the consultation hours.
- **Technical equipment:** Depending on whether the consultation takes place virtually or physically, the necessary technical equipment is set up. Stable internet connections, data protection measures and suitable communication platforms are required for virtual consultation hours. For physical meetings, rooms, equipment and logistics are planned.
- **Communication:** A communication plan is developed to promote the consultation hour. This can be done through marketing campaigns, social media and the involvement of multipliers such as industry leaders or local business networks.

Implementation

- **Registration:** A simple and efficient registration option for participants will be set up to ensure smooth access to consultation hours.
- **Documenting the initial consultation:** Consultations are documented with the help of the conversation guide. This ensures that important information is recorded and handled consistently across all consultations.
- **Follow-up and CRM:** The information collected is entered into the Customer Relationship Management (CRM) system. This enables systematic analysis of the data and effective tracking of interactions.
- **Follow-up:** Opportunities for follow-up are created to further strengthen the relationship with the participants and offer additional support or services.

Overall, the DInO consultation hour is a carefully planned and structured process that aims to gain valuable insights into the needs and challenges of customers while creating a basis for long-term relationships.

Result / Learnings:

As the DInO consultation hour is currently still in the planning phase, the results and learning outcomes cannot yet be specifically evaluated. The objective is focused on

increasing accessibility, communicating knowledge effectively and raising awareness of DInO. There are also plans to make the service more flexible to meet the diverse needs of the target group.

The anticipation of possible learnings is based on the planned objectives and procedures:

- **Accessibility:** It is expected that the simple registration procedures and providing both virtual and physical formats will increase accessibility.
- **Knowledge transfer / awareness:** Awareness and interest in the consultation hour should be increased through strategic communication and the involvement of multipliers.
- **Flexible offer:** The feedback mechanisms that are implemented during and after consultation hours are intended to help dynamically adapt and expand the offer.

The real results and specific learning outcomes will be recorded after the initial implementation phase, allowing the approach to be refined and the effectiveness of the consultation to be increased. This evaluation will be crucial to ensure that the consultation achieves its objectives and is continuously improved.

Summary and achievements of the task

As part of the *Awareness Raising & Initial Consultation* task, strategic activities such as the customer journey, the conversation guide, the survey for SMEs and public institutions and the planned DInO consultation hour were brought together to raise awareness of the digital transformation and enable initial consultation. This integrated approach has made it possible to significantly improve accessibility to information and advisory services and reach a larger number of interested parties. The easy accessibility via QR codes and online formats contributed particularly to the active involvement of more people, which not only promotes awareness but also facilitates access to further advisory services.

The deliberate use of target group-specific communication channels and materials significantly increased the effectiveness of the campaigns. The use of conversation guides and structured surveys enabled consistent and useful data to be collected, which was used to fine-tune services. The various measures encouraged an open dialog between stakeholders, which is crucial for building trust and creating a basis for lasting customer relationships.

The systematic collection of feedback and data provided in-depth insights into the needs and expectations of the target groups, which is essential for the continuous improvement of the services. The feedback from the various activities showed how important it is to design the services flexibly. The ability to react quickly to changes and new findings proved to be a critical success factor for the project.

Overall, the *Awareness Raising & Initial Consultation* task has made a significant contribution to raising awareness of the importance of digital transformation and providing effective initial consultation. The insights gained provide valuable approaches for the further development of the initiatives in order to continue to promote and support digital competence and transformation in SMEs and public institutions.

Task 6.3 Events to connect digital start-ups with large & SMEs

The service *Events to connect digital start-ups with large & SMEs* aims to connect digital start-ups with SMEs and public administrations and municipalities. This service includes organizing and implementing events that build a bridge between different interest groups, including SMEs of different industries and sizes, as well as municipalities in various sectors. A particular focus is on supporting young digital companies in their search for their first customers and networking SMEs with providers of new digital solutions.

The target group of this task includes a wide range of actors in the regional innovation ecosystem, including but not limited to start-ups, small and medium-sized enterprises of various sectors and sizes, and public institutions of various types. The objective is to promote digital transformation and improve the digital skills of these actors to strengthen the regional economy and increase competitiveness.

The initial situation on which this task is based is the need to increase the digital maturity of regional economic actors and to promote cooperation between start-ups, SMEs and municipalities to effectively use and implement innovative digital solutions. This task is thus a central part of the project's overall goal of building a strong innovation ecosystem that drives and supports digital transformation in the region.

Event formats can take many different forms. Some events are held online or in hybrid formats. When collecting data, compliance with the General Data Protection Regulation (GDPR) is of course ensured.

Initiating these events not only strengthens the innovation ecosystem, but also makes a direct contribution to promoting digital transformation and innovative strength in the rural regions of Eastern Bavaria. This supports the long-term competitiveness of the region by networking and activating companies and public institutions as well as promoting a vibrant start-up culture.

An important factor of this service is the fact that there are many similar offers and therefore an oversaturation of the event market. Identifying and filling the gaps in these offers is one of the main tasks in the service described.

ChatGPT for public administration - online event on April 17, 2024

The use of AI applications in a work environment represents a turning point, also and perhaps especially in public administration, where the potential for more efficient service design and improved citizen interaction is enormous. But how can this new technology be integrated into everyday processes? What opportunities does the use of AI trigger for a future-oriented, citizen-oriented administration? And how complex are the technical requirements really?

This was the invitation text for the first event in the Matchmaking Start-ups with SME task. The questions in the wording made it possible to specifically address the public administration target group.

This was an online event for public administration on the integration and benefits of AI in administrative processes.

The speaker (founder and CEO of an AI-related software start-up) offered insights into common AI applications and presented case studies. The target group were employees and decision-makers in public administration.

Objective:

The primary aim of this first event was to make DInO and its services visible. Thanks to the cooperation of the consortium partners, it was possible to ensure that various services were presented and that participants at the event were given a link to other activities within DInO.

The target group for this event was public administration. The event was intended to give them their first contact with the use of artificial intelligence (AI) and provide them with pointers on how AI can be implemented in public administration.

A key aim of this service is to network start-ups with local authorities. This goal was achieved by involving a speaker from a start-up.

Planning and implementation:

Planning for the event began in February 2024 and took place online to ensure broad participation in the target area of Eastern Bavaria. The event was designed as part of work package WP6, whereby an external speaker was recruited via the *baiosphere* network of the Bavarian AI Agency and best-practice examples from the Munich city administration were integrated. The event enabled targeted networking between a software/AI start-up and various public administrations.

The event was led by the Bavarian AI Agency: The moderation was carried out by an employee; the participants were welcomed and their level of knowledge on the topic of AI was assessed live by means of introductory questions. The discussion/question round at the end of the event was also successfully led and moderated.

Result / Learnings:

The high number of registrations and the fact that all those registered attended the online event shows that there was a high demand for the topic on offer. A total of 54 people took part, 11 of whom belonged to the DInO consortium.

The cooperation within the consortium was largely responsible for the fact that the target group could be specifically addressed and recruited. The Deggendorf Institute of Technology was able to contact local authorities in the Upper Palatinate and Lower Bavarian districts via an internal email distribution list and thus attract many participants. The feedback during and after the event was also exclusively positive: to introduce the topic of the talk, a survey of prior knowledge about AI was carried out and showed that the preliminary sounding out and definition for the speaker's preparation had been successful. The target group had little to no prior knowledge of the use of AI applications in everyday working life and this was also evident during the event when specific questions were asked about how to get started using these tools. These questions were at entry level without in-depth experience.

Digital Coffee Break - May 15, 2024 Artificial intelligence: Am I already digital enough for this?

DInO and two districts in eastern Bavaria have partnered up to initiate an informative webinar series on the digitalization of companies. In view of the rapid developments in the digital age, the stakeholders involved see the need to support local companies in adapting to the changing business world.

The webinar series entitled *Digital Coffee Break*, which will take place monthly (excluding a summer break) from May 2024 and initially run until December 2024, offers companies the opportunity to learn from experts from various areas of digitalization and familiarize themselves with best practices. No prior knowledge is required on the part of the participants.

The first event on May 15, 2024 was organized by the Bavarian AI Agency. The target group for this event were SMEs in Eastern Bavaria. The event was intended to put them in touch with the use of artificial intelligence (AI) and provide them with clues as to how AI can be implemented in their companies.

Objective:

The goals of this initiative were manifold: above all, the visibility of DInO and its services in the two participating districts was to be increased. At the event on May 15, 2024, the focus was on connecting start-ups with SMEs. The speaker from an AI start-up ensured this connection.

The event was intended to help particularly SMEs and, secondarily, public administrations to master the challenges of digitalization and make sensible use of artificial intelligence. To this end, best practice examples were presented that showed the participants concrete application possibilities.

Planning and implementation:

Planning and implementing the webinar series was initiated by the economic development department and the district administration of the two participating districts and the events themselves are being carried out and managed by the DInO consortium. The consortium partners are responsible for the overall concept and the content of the webinars. The individual services of the consortium are presented by the respective responsible partners and, if necessary, supplemented by external speakers. The *Digital Coffee Break* series is organized in close coordination with WP7 in the DInO project to support the communication and dissemination of the services in a targeted manner.

From May 2024 and until December of the same year, the webinars will take place monthly, with a summer break in August and September. An expansion to target groups in other districts is already being considered.

The first event was designed and led by the Bavarian AI Agency in May. The event was moderated by an employee, who also welcomed the participants and asked them live questions about their level of knowledge on the topic of AI by means of introductory questions. The discussion/question round at the end of the event was also successfully led and moderated.

Result / Learnings:

The first event on May 15 reached a total of 19 interested parties from SMEs and administrations in the eastern Bavarian region. Five employees from the DInO consortium also participated. The introductory questions on the topic of AI at this event showed that the participants had a higher overall level of knowledge about AI than the participants from the event on April 17. This is valuable information for further events in the field of artificial intelligence, so that the content can be adapted to the participants' level of knowledge.

Experience to date in organizing events shows that cooperation within the DInO consortium works well, although in some cases coordination processes can have a slowing effect, especially when decisions or information are needed quickly. Communication is bundled centrally via one contact person, which is an advantage for external participants, but runs the risk of leading to a loss of information internally. Optimal communication channels are still being sought to avoid being flooded with emails while at the same time providing sufficient information. The parallel use of emails and Microsoft Teams as communication channels can also lead to information not reaching all the necessary addressees at individual points.

The consortium uses its extensive and diverse networks effectively to reach a broad public and achieve outreach via mailing lists and social media channels.

It was precisely through the dissemination by the communication offices of the economic development agencies and the district administration offices of the participating districts that SMEs in the eastern Bavarian target region of DInO could be specifically addressed and reached.

***baiosphere KI-Kompass* - Kick-off on May 17, 2024**

With the *baiosphere KI-Kompass*, the Bavarian AI Agency wants to encourage and motivate companies as part of the DInO project to get started quickly with the topic of AI and reduce fears and uncertainties.

baiosphere is the Bavarian AI Network and a registered trademark of the Free State of Bavaria. The Bavarian AI Network was created on the initiative of the Bavarian State Ministry of Science and the Arts, the Bavarian State Ministry of Digital Affairs and the Bavarian State Ministry of Economic Affairs, Regional Development and Energy.

The KI-Kompass offers free support for SMEs, start-ups and public administration and has three basic objectives:

- Make the reasons for using AI in the company visible.
- Explain what aspects need to be considered.
- Forwarding to competence centers.

To make the project known and at the same time optimize it for the target group in the best possible way right from the start, the *baiosphere KI-Kompass* was presented to multipliers for the first time at an initial information event on 17 May 2024 and appropriate feedback was obtained. From this point onwards, the AI agency offered support with thematically appropriate events for multipliers. From the outset, the initiative was supported by an AI start-up founder who provides strategy consulting for

SMEs: He provided both content support and a speaker slot at the event. In this way, successful networking between start-ups and SMEs has also been implemented here.

Objective:

The main aim of the event was to network multipliers with a start-up for AI strategy and to provide start-up centers with targeted information and support on relevant issues for their respective target groups. DInO and KI-Kompass share the common goal of promoting the development of digital skills in Bavaria.

Great emphasis was placed on addressing current topics such as the EU's AI regulation and providing comprehensive information on AI topics. Furthermore, networking opportunities were to be created for all relevant players in the AI ecosystem and the economic development of companies was to be promoted through the transfer of knowledge.

Planning and implementation:

The kick-off event of the *baiosphere KI-Kompass* took place on May 17, 2024 and aimed to inform multipliers from the Bavarian economy and give them the first insights into the contents of the KI-Kompass. Among other things, all Bavarian start-up centers were invited to offer the start-up scene in (East) Bavaria targeted support on AI topics.

The event took place in Munich as an on-site event with numerous networking opportunities and it utilized the expertise of external specialists on various key topics. The DInO project and its services were presented at the start of the event and were displayed prominently in the event room with roll-ups, flyers, merchandising items, logos, etc. In addition to the aforementioned strategic partner of the project, the AI start-up founder, a renowned expert on law and regulation from the university environment was recruited as a speaker. These cooperation partnerships will continue after the event for the activities and networking opportunities within the *baiosphere KI-Kompass*.

Result / Learnings:

A total of 45 people took part in the event. The feedback both during and after the event was consistently positive. Above all, the location and overall organization were praised, but the choice of strategy and law as the first key topics was also highlighted. Further events on other key AI topics are already being planned. The fact that the event took place on a Friday morning before the start of the school vacations in Bavaria meant that fewer people were ultimately reached than originally expected. This finding will be considered when planning further events.

Through its networking work in Bavaria, DInO has noticed a high demand for information on current digitalization and AI-related topics, especially from the regional economy. The European Union's new AI regulation (AI Act) is a topic that has led to particular uncertainty and a desire for information, which is why the content of the first event focused on law and regulation. Here, too, the feedback was very positive, as the presentation provided the participants and companies with a compact information base. In response to the demand for information on AI topics, the KI-Kompass provides an important orientation aid and shows specific offers from service providers within the Bavarian AI landscape. The information is provided in a target group-oriented and needs-based manner. Thanks to the materials curated by experts on many key issues and topics

in the field of artificial intelligence, DInO and its consortium partner Bavarian AI Agency are continuing to establish themselves as a central hub in the Bavarian AI network.

Visualization and active networking of start-ups in *baioscope* (working title)

baioscope is the provisional project name of the planned Bavarian AI chat, which will make the diverse Bavarian AI ecosystem *baiosphere* searchable.

Objective:

The main objective of *baioscope* is to provide specialist information on the topic of artificial intelligence and thus to increase the expertise and networking of and for start-ups and SMEs.

Together with trusted network partners, the DInO consortium partners will compile a collection of basic knowledge (e.g. white papers, specialist articles, legal texts, websites, etc.) that will be used to train the AI. *baioscope* will process this extensive knowledge material and provide information about it in plain language in the chat.

Another aim is to provide recommendations from solution partners and specialists. Solution partners and specialists can register via the Bavarian AI Agency's CRM system and store their profile information. The CRM database serves as a reliable data source for the AI chat and as a basis for recommendations. In a later version, *baioscope* will be able to search the network independently and suggest further solution partners.

Planning and implementation:

baioscope is aimed at various target groups: These include small and medium-sized companies, start-ups and individual players who want to get a comprehensive overview of the ecosystem. It also appeals to students who are looking for reliable information on career prospects in the field of artificial intelligence. *baioscope* is also closely integrated into the *baiosphere KI-Kompass* and offers the opportunity to be directed to further literature, links, experts, etc. for all nine key topics.

By offering a wide range of information and providing contacts in digitalization and AI topics, *baioscope* supports start-ups and SMEs throughout Bavaria in networking, arranging or finding speakers. The resulting exchange of expertise and contacts increases the level of digital maturity in Bavaria.

Over time, *baioscope* will map the Bavarian AI ecosystem in increasing detail and can provide extensive information on the topic of AI, e.g. when searching for professorships, companies and events, but also on specialist content and general questions on artificial intelligence.

The easy-to-use user interface requires no technical skills and enables an intuitive chat experience with natural language processing. There are also plans to display the Bavarian AI network in a map view. The system uses only verified and controlled data sources to ensure accuracy and reliability. In addition, regular updates and fact-checking protocols are carried out to maintain the highest standard of information integrity.

Result / Learnings:

The *baioscope* project is currently still at an early stage. It aims to play a leading role in structuring and providing access to knowledge in the field of artificial intelligence in Bavaria. When fully implemented, the *baioscope* AI chat is expected to provide a robust information platform supporting a wide range of applications through its integration of a comprehensive knowledge base and collaboration with solution partners and subject matter experts.

The plan is for the AI chat to become a central tool for accessing comprehensible and reliable information about the Bavarian AI ecosystem. The user interface will be designed in such a way that it does not require any prior technical knowledge and enables intuitive interaction with the system through natural language processing. This will help users to interact effectively and easily with the platform.

In addition, the integration into the *baiosphere KI-Kompass* will help to efficiently link relevant and further resources and make them easily accessible to users. The regular updates and rigorous fact-checking protocols that will be part of the system should ensure that the quality and timeliness of the information provided remains at the highest level.

It is expected that these initiatives will strengthen trust and reliability in the system, making *baioscope* an indispensable part of the AI ecosystem in Bavaria. The plan is for the project to make a lasting contribution to promoting technological progress and knowledge dissemination in the region through the dynamic and constantly expanding knowledge database and the targeted promotion of networks between science and industry.

Summary and achievements of the task

The service *Events to connect digital start-ups with large & SMEs* is dedicated to promoting networking events that aim to connect digital start-ups, SMEs and municipal and public administrations. The core objectives are to strengthen the regional economy through digital transformation and to increase the competitiveness of the actors involved. The four activities described - online event on AI in public administration, *digital coffee break* on the digitalization of SMEs, *baiosphere KI-Kompass* for AI integration in companies and the *baioscope* AI chat as an information platform - illustrate the efforts to use AI solutions widely and effectively.

The events show that successful intersectoral and interdisciplinary cooperation makes a significant contribution to achieving the objectives. Cooperation between different work packages, particularly in the coordination of responsibilities and intersections, made it possible to create a comprehensive offering that focused on larger events and multipliers. Using synergies between different sectors and sharing resources and knowledge proved to be particularly valuable.

One of the key tasks is to identify existing gaps in the portfolio of services. Despite a broad range of existing offerings, specific needs were identified that had not yet been covered, particularly in the areas of digitalization that go beyond the direct use of AI. The AI agency has shown that the targeted integration of AI into existing offerings is not only

feasible, but also urgently needed to make services fit for the future and effectively meet demand.

Implementing the planned events successfully provided a platform on which start-ups were given direct access to SMEs and public administrations. In particular, the use of AI in public administration and in SMEs was intensively promoted, creating new opportunities for cooperation, including with start-ups. These networks are essential to implement innovative digital solutions more broadly and systematically expand the digital skills of the players involved.

Furthermore, the experience gained from the events and projects has shown that sustainable structures have been created that will continue to have an impact in the further course of the DInO project in the task and beyond. The establishment of constantly updated information and mediation platforms such as *baioscope* and the continuous expansion of the *baiosphere KI-Kompass* are examples of measures that will contribute to strengthening the regional innovation ecosystem in the long term.

In summary, the implemented measures and the resulting learnings reinforce the importance of a well-coordinated, needs-oriented and technology-based approach to promoting digital transformation. The effective networking of start-ups with established SMEs and public administrations makes a significant contribution to strengthening regional innovation capacity and the sustainable development of the digital economic landscape. The integration of AI technologies in various sectors also shows that the future of the regional economy will be heavily dependent on further training and technological progress.

Task 6.4 Rural Region Early Adopter Test Pool

The service *Rural Region Early Adopter Testpool* aims to develop a test pool that includes various target groups in rural border regions as well as companies and research institutions. This project aims to promote awareness and acceptance of digitalization and AI applications and is aimed at municipalities, as well as individuals such as citizens (e.g. elderly people, students, families), research institutions and companies who wish to participate in the development of digital/AI products and scientific knowledge. The main objective of this project is to promote inclusive and participatory development and implementation of digital technologies and AI applications in rural areas.

As the initial situation shows that digital services are currently still poorly available in rural areas, the focus is on addressing this deficit. In a low-threshold approach, citizens, company employees, students, etc. are invited to test new products and companies are given the opportunity to better determine the demand and benefits of applications in rural conditions. This way, the test pool is intended to promote the digitalization of rural areas.

The target group includes a wide range of stakeholders: from individuals and municipal decision-makers to scientific and economic players. The platform aims to raise awareness of the benefits of digitalization, increase the acceptance of AI-supported solutions and ultimately contribute to the creation of tailored solutions that improve the quality of life in Eastern Bavaria and open new economic prospects.

Development of a workflow and test guidelines for developers

To be able to offer the service in line with demand, the most important framework conditions first had to be recorded and a workflow developed. The aim of the specially developed test guidelines and the questionnaire is to determine the basic requirements for companies, which can then test their digital products under the best possible conditions via the test pool. These two documents are designed to help companies describe their products and requirements in as much detail as possible so that the most suitable test group can be found for testing under real conditions.

Objective:

The main aim of this initiative is to create a clear framework and a structured method for companies to offer the service in the most targeted way possible. The meticulously planned testing process can then be used to collect feedback and data on the use of companies' digital products in rural areas.

Overall, it must be clearly defined what the DInO service includes and where the companies themselves need to take action: In this case, DInO provides a workflow and the guidelines to define the framework for cooperation. The companies can control the further course of the service through the information they provide in the questionnaire. The questionnaire will help to gain detailed insights into user acceptance and the effectiveness of the products during implementation and at the end of the service, while the guidelines will help the companies to determine the quality and quantity of the data

collected in advance. The two tools developed should not only improve the test pool and ultimately the products, but also ensure that they meet the specific requirements and conditions of rural markets.

Planning and implementation:

The development of the questionnaire and the guidelines was preceded by a thorough analysis of the target market needs and the specific challenges associated with digitalization in rural regions. Based on these findings, a process was developed about which the interested companies were informed in the joint meetings. Based on this exchange, the questions and guidelines were developed and adapted to the needs of the companies, which will then be initially tested in a pilot phase. This phase is critical to ensure that the instruments can provide relevant and usable data. After the pilot phase, the questionnaire and guidelines will be adapted according to the feedback from the companies.

Result / Learnings:

Developing a process and a format for tests without knowing the exact needs of the companies looking for test subjects was initially no easy task. For this reason, it has been useful to hold discussions to record the needs and, based on this, to formulate the guidelines for preparing the test pool and, if necessary, to adapt the work process as a whole.

The results from the tests conducted, the feedback from the companies on the test pool and the selection of test subjects will provide valuable insights into the usability and effectiveness of digital products. The learnings from the ongoing process show that the specially developed questionnaire and guidelines are crucial to provide companies with accurate and actionable information. The service can now, after the important conceptualization phase, be offered on the market and help companies to create improved products that are tailored to the needs of the rural population and ultimately lead to greater market penetration and customer satisfaction in the Eastern Bavarian target areas.

Establishment of a network of multipliers

This activity aims to establish a robust network of key stakeholders. These multipliers will play a central role in the test pool service by disseminating the benefits and opportunities of the test pool within their networks, thereby helping to increase the acceptance and use of the service.

Objective:

The main aim of this activity is to increase the reach and effectiveness of the test pool by building a network of multipliers. These multipliers, including Chambers of Crafts, district offices and university representatives, will be empowered to share information and resources within their networks in a targeted manner. This should help to ensure a broad base of support and participation in the test pool. The DInO team is particularly responsible for describing the service in the best and most concise way possible, e.g. in

a one-pager for an overview. Creating target group-specific flyers for display to the multipliers is also part of this activity.

Planning and implementation:

Planning this activity includes identifying and selecting suitable multipliers who have both influence and a strong interest in promoting digitalization in their regions. These include, for example, regional Chambers of Crafts, start-up centers and associations. This is followed by individual informative meetings in which the key stakeholders at these institutions are informed about the objectives, functionality and benefits of the test pool. Implementing the service includes regular virtual exchanges to keep the network active and engaged.

An important factor for the success of the service is preparing the data collected in the contact management process: the in-house CRM system is used to efficiently manage the network of multipliers. The contacts are provided with specific, thematic tags, which enables topic-oriented searchability. This makes it easier to find and approach network members based on their specific interests and specialist areas. Through this systematic recording and categorization, the network can be dynamically maintained and effectively used to optimally promote the test pool service.

Result / Learnings:

It is expected that the results of this activity will show a measurable increase in awareness and use of the test pool by the target groups of the participating districts. Feedback from the multipliers can be used to make further adjustments and improvements to the test pool to continuously improve its effectiveness and user-friendliness. The lessons learned from setting up and maintaining the network will help to refine the methods for involving the community and promoting technological initiatives. The data collected from network representatives can also be valuable for other DInO services.

Digital Coffee Break on December 11, 2024: Is my product ready for the market? Test it out!

Is my product ready for the market? Test it out! from the *Digital Coffee Break* series (see 6.3) offers companies from the Eastern Bavarian districts the opportunity to find out about the DInO service in a short, low-threshold event. This event is organized by the Bavarian AI Agency and supported in cooperation with the districts of Kelheim and Regensburg.

Objective:

The aim of the event is to offer companies the opportunity to obtain qualified feedback on the function and acceptance of their products directly from their target group. At the event, DInO, in the form of consortium partner Bavarian AI Agency, will explain the exact procedure of the testing process and answer questions about the service. The overall aim of the service is to improve product quality and support companies in optimizing the market readiness of their products before the official market launch.

Planning and implementation:

The event is planned and implemented in close cooperation between the participating Eastern Bavarian districts and the Bavarian AI Agency. The companies will receive specific information on how to use the service, with the aim of equipping participants with the necessary tools and techniques for effective feedback management. The 30-minute event will take place virtually to enable broad participation. If there will be any questions or specific interest in the service, the Bavarian AI Agency will organize consultations with interested companies.

Result / Learnings:

The feedback and data obtained from the product tests are crucial for further developing and optimizing digital products. The lessons learned from this event enable companies to decide whether the test pool service can help them with their individual product development.

The task of the DInO team is to focus on the added value of the service, namely that the companies can adapt their products more effectively to the needs of the market and the expectations of their customers. Furthermore, feedback to the DInO team approximately halfway through the overall project duration enables continuous improvement of the test pool service.

In the long term, all of these factors will contribute to increasing competitiveness and promoting digital transformation in the rural regions of Eastern Bavaria.

Summary and achievements of the task

Due to the complex requirements of the *Rural Region Early Adopter Testpool* service, this task is currently in the transition from the planning to the implementation phase. The preparatory work carried out so far has taken important steps towards successful implementation.

The test pool is a service that focuses on promoting digital transformation in rural Eastern Bavarian regions through targeted support for companies, research institutions and local authorities. The aim is to improve the acceptance and effectiveness of digitalization and AI applications while increasing the quality of life and economic opportunities in these areas.

The development of workflows and test guidelines enables companies to test their products under real conditions and receive valuable feedback. This structured approach is intended to increase product quality and facilitate adaptation to the specific needs of rural target groups, in particular. The intensive collaboration with the companies in the planning and pilot phases will help to develop a deep understanding of market needs and challenges, which in turn will improve the effectiveness of the test pool.

The event *Is my product ready for the market? Test it out!* from the *Digital Coffee Break* series will provide companies with direct access to specialized resources and expertise in the field of product testing. Organized by the Bavarian AI Agency, this event will not only provide valuable feedback on products but will also provide an in-depth understanding of the benefits and opportunities of the testing pool, which is instrumental in increasing user adoption and optimizing product offerings.

Finally, the development of a network of multipliers will contribute significantly to the dissemination and use of the test pool. Training and involving key people from the communities will extend the reach and understanding of the service. The strategic use of the in-house CRM system to efficiently manage and communicate with the multipliers will enable the network to be dynamically and effectively maintained and utilized, which will strengthen the overall testing pool efforts.

Overall, these planned activities show that a coordinated and targeted approach can contribute significantly to the successful implementation of digitalization projects in rural regions. The knowledge gained and the feedback from those involved will not only lead to the continuous improvement of the service but will also provide valuable insights into the specific requirements and potential of digitalization in these areas. In the long term, these initiatives are expected to improve competitiveness and sustainably promote digital transformation in the rural regions of Eastern Bavaria.

Conclusion

The WP6 *Innovation Ecosystem & Networking* work package has initiated and successfully implemented many activities to promote digital transformation in Eastern Bavaria over the course of the project to date. These activities within the four services included international matchmaking events, awareness-raising and initial consulting services, events to network start-ups with SMEs and public institutions, as well as the establishment of a test pool for companies to test digital products before they enter the market.

The various matchmaking events, including meetings with delegations from Serbia, Japan and Slovenia as well as online matchmaking with Turkish companies, enabled DInO to network numerous Eastern Bavarian companies and start-ups with international partners. These events not only provided platforms for knowledge transfer and business contacts, but also strengthened international cooperation in the field of digitalization. The positive response from participants and the large number of new cooperation opportunities confirm the importance of these networking activities. Despite organizational challenges, such as the cancellation of the Prague delegation, valuable contacts were made and future collaborations were initiated. The targeted selection of topics and cooperation with established institutions such as Bayern International helped to establish high-quality contacts and promote the transfer of knowledge.

The initial and awareness-raising advice was targeted at SMEs and public institutions to assess their digital maturity and identify potential for improvement. Using standardized reviews and providing tailored recommendations helped organizations to objectively assess their digital capabilities and take targeted action. Using digital tools such as QR codes to reach target groups increased the efficiency and accessibility of services. This advice has proven to be a valuable tool to support SMEs and public institutions on their digital transformation journey.

Events such as *ChatGPT for public administration*, the *digital coffee break* on AI and the *baiosphere KI-Kompass* provided valuable platforms for networking start-ups with SMEs and public administrations. These formats promoted the exchange of best practices and the application of new digital solutions, particularly in the field of artificial intelligence. Collaboration within the DInO consortium and the use of extensive networks contributed significantly to the success of these events. The events showed that the exchange of best practices and the presentation of innovative solutions contribute to strengthening the regional innovation culture. The formats presented offered low-threshold and informative platforms that both raised awareness of digital technologies and demonstrated concrete application possibilities.

Furthermore, the test pool offers companies the opportunity to test their products under real conditions and receive valuable feedback, which contributes to product quality and adaptation to rural needs. The aim is to promote digital transformation in Eastern Bavaria by providing targeted support to companies and municipalities. The test pool improves the acceptance and effectiveness of digitalization and AI applications while

increasing quality of life and economic opportunities. The elaborated workflow as well as the test guidelines and the questionnaire make it possible to record and systematize the needs of companies to offer the best possible service. Events such as "*Is my product ready for the market? Test it out!*" offer companies access to resources and expert feedback. The establishment of a network of multipliers supports the dissemination and use of the test pool.

Establishing permanent information and networking platforms such as the *baioscope* and the continuous expansion of the *baiosphere KI-Kompass* ensures that the successes achieved and lessons learned have a lasting effect beyond the duration of the project. These structures contribute to strengthening the regional innovation ecosystem in the long term and support the continuous development of digital skills in Eastern Bavaria.

During the first half of the project, several challenges arose, particularly in terms of communication and coordination between the various parties involved. The parallel use of different communication channels such as email and Microsoft Teams increased the risk of information loss. These experiences highlight the need for continuous optimization of internal communication processes. The flexibility and adaptability of the project team proved to be crucial for successfully dealing with unexpected changes and challenges.

In summary, it can be said that the activities and initiatives carried out as part of work package WP6 have already made a significant contribution to promoting digital transformation in Eastern Bavaria in the first year of the project term. Targeted networking, individual consulting, the offer of a test pool and the continuous expansion of digital skills have proven to be successful approaches to help the region of Eastern Bavaria achieve a higher level of digital maturity in the further course of the project.



WP6 Innovation Ecosystem and Networking

Skills & Trainings Handbook for external use – offers from WP6, learning from year 1

Deutsche Version

WP6 - Deliverable 6.1 - 05/2024

Action Number: 101083427

Action Acronym: DInO

Action Title: European Digital Innovation Hub – Digital Innovation Ostbayern

DInO – Digital Innovation Ostbayern ist ein gemeinsames Projekt von:



Gefördert durch:



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
Task 6.1 International Matchmaking	4
Bayern – Fit for Partnership: Smart City und Digitalisierung für Serbien am 07. November 2023	4
Informelles individuelles Online-Matchmaking am 13. Dezember 2023	6
Internationales Matchmaking Event – Japan am 06. März 2024	7
Bayern Fit For Partnership: Logistik und Transport für Slowenien am 17. April 2024	8
Ihr Eintritt in den südamerikanischen Markt – B2B Matchmaking am 10. Mai 2024	9
Prag-Delegation: abgesagt	11
Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks	11
Task 6.2 Awareness raising and initial consultation services	13
Customer Journey	14
Gesprächsleitfaden	16
Umfrage für KMU und öffentliche Einrichtungen (auf Flyern, Blöcken, Veranstaltungen)	18
DInO-Sprechstunde	20
Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks	23
Task 6.3 Events to connect digital start-ups with large & SMEs	24
ChatGPT für die öffentliche Verwaltung – Online-Veranstaltung am 17. April 2024	24
Digitale Kaffeepause – 15. Mai 2024 <i>Künstliche Intelligenz: Bin ich dafür schon digital genug?</i>	26
<i>baiosphere</i> KI-Kompass - Kick-Off am 17. Mai 2024	27
Sichtbarmachung und aktive Vernetzung von Start-ups in <i>baioscope</i> (Arbeitstitel)	29
Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks	31
Task 6.4 Rural Region Early Adopter Testpool	33
Entwicklung eines Workflows und Testguidelines für Entwicklerinnen und Entwickler	33
Aufbau eines Netzwerks von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren	35
Digitale Kaffeepause am 11. Dezember 2024: <i>Ist mein Produkt schon reif für den Markt? Testen Sie es aus!</i>	36
Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks	37
Gesamtfazit	38

Einleitung

Das Arbeitspaket WP6 *Innovation Ecosystem & Networking* des EDIH Digital Innovation Ostbayern (DInO) wird federführend von der Bayerischen KI-Agentur (BKIA) geleitet. Die Technische Hochschule Deggendorf (THD) sowie die R-Tech GmbH (vertreten durch das Cluster Mobility & Logistics) verantworten darüber hinaus jeweils einen der vier Tasks, so dass sich das Ziel des Arbeitspakets bereits in der internen Organisation widerspiegelt. Im Fokus steht das Ziel, ein akteursübergreifendes Netzwerk für Digitalisierung aufzubauen und damit Ostbayern dabei zu unterstützen, eine führende digitale Region zu werden. Der Auf- und Ausbau und die Stärkung des regionalen und überregionalen Innovationsökosystems konzentriert sich in erster Linie auf den Brückenbau entlang der Wertschöpfungskette in einem branchenübergreifenden Umfeld, um ein gegenseitiges Lernen und gemeinsames Wachsen zu ermöglichen, und somit den digitalen Reifegrad der Region langfristig zu erhöhen.

Internationales Matchmaking hilft kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) dabei, den richtigen Partner für die jeweilige Internationalisierungsstrategie zu finden. Die DInO-Konsortialpartner bieten hierfür unterschiedliche Veranstaltungen zur Vernetzung der Akteure innerhalb der Grenzregion und darüber hinaus an. Dabei fungieren sie zusammen mit weiteren nationalen und internationalen EDIH-Verantwortlichen als Vermittler, um Akteure grenzübergreifend zusammenzubringen und die internationale Zusammenarbeit zu Themen der Digitalisierung und kooperativen Technologieentwicklung voranzutreiben.

Sensibilisierungs- und Erstberatungsangebote helfen KMU sowie öffentlichen Einrichtungen (PSEs) dabei, ihren digitalen Reifegrad zu bewerten und entsprechendes Steigerungspotenzial zu erkennen. Die DInO-Konsortialpartner unterstützen die Organisationen dabei, den Weg durch die angebotenen Services innerhalb des DInO-Projekts und des gesamten EDIH-Ökosystems zu finden und diejenigen Dienstleistungen zu identifizieren, die den individuellen Bedürfnissen am besten entsprechen. Hierzu gehört auch die breite Bewerbung und Sichtbarmachung der verfügbaren Angebote, die für die regionalen Akteure des Innovationsökosystems relevant sind.

Veranstaltungen, die digitale Start-ups mit KMU und PSEs zusammenbringen sollen, dienen der Unterstützung junger digitaler Unternehmen bei der Suche nach ersten Kundinnen und Kunden und stärken die Vernetzung von KMU mit Anbietenden neuer digitaler Produkte und Dienstleistungen, zur Lösung ihrer individuellen Probleme. Ziel ist es, ein agiles und informatives, aber dennoch niedrighschwelliges Umfeld insbesondere für die ländliche Region in den Bereichen Digitalisierung und Künstliche Intelligenz (KI) zu schaffen. Die Bayerische KI-Agentur fungiert hierbei als Schlüsselinstitution bei der Organisation von Veranstaltungen und als Vermittlerin, um Suchende und Anbieterinnen und Anbieter von marktreifen digitalen Lösungen zusammenzuführen.

Der datenbankgestützte Testpool an potenziellen Nutzerinnen und Nutzern unterstützt KMU schließlich dabei, ihre neuen digitalen Produkte und Services durch die jeweilige Zielgruppe testen zu lassen. Er umfasst verschiedene Stakeholder-Gruppen, z.B. Mitarbeitende von öffentlichen Einrichtungen oder Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen und Größen sowie Bürgerinnen und Bürger unterschiedlichen Alters. Dadurch erhalten die Mitglieder der Region praktische Erfahrungen im Umgang mit digitalen Produkten, während die testdurchführenden Unternehmen gleichzeitig unmittelbares Feedback ihrer Zielgruppen und potenziellen Kundinnen und Kunden erhalten.

In diesem Handbuch sind verschiedene Aktivitäten der einzelnen Angebote des Arbeitspakets zusammengefasst beschrieben und jeweilige Erfahrungen und Erkenntnisse abgeleitet.

Task 6.1 International Matchmaking

Ziel des Tasks *International Matchmaking* innerhalb des Innovation Ecosystems ist es, ostbayerischen Unternehmen und Start-ups verschiedenste Gelegenheiten zu bieten, sich international zu vernetzen. Dadurch sollen potenzielle Kooperations- und Geschäftspartnerinnen sowie Kundinnen und Kunden gefunden werden und eine Plattform für Wissenstransfer entstehen. Die Vernetzungsmöglichkeiten basieren hauptsächlich auf Veranstaltungen, die in regelmäßigem Abstand während der gesamten DInO-Projektlaufzeit stattfinden.

Task-Lead ist das Cluster Mobility & Logistics aufgrund seines Status als Netzwerkpartner im DInO. In diese Aufgabe bringt das Cluster langjährige Erfahrung im Eventmanagement auf regionaler und internationaler Ebene mit. Somit wurden DInO-Matchmaking-Veranstaltungen von Beginn an immer mit Fokusthemen geplant und bringen für Firmen sowohl informativen Input als auch genügend Zeit zum Vernetzen. Zudem ist die Vorstellung des Gesamtprojekts DInO ein fester Bestandteil der Agenden mit dem Ziel, die Aufmerksamkeit der Unternehmen auch auf die anderen DInO Services zu lenken.

Stakeholder aus Deutschland und anderen Ländern werden mit in die Planung der Events einbezogen. Zudem werden vorhandene Strukturen für DInO aktiv genutzt. Die Stakeholder dienen der Moderation von zielgerichtetem und intensivem internationalem Austausch. Dies hat den Vorteil, dass einer Übersättigung des Veranstaltungsmarktes mittels ressourcenorientierter Kooperationen entgegengewirkt werden kann. Somit werden Firmen passgenauer adressiert. Ein Beispiel hierfür ist die *Bayerische Gesellschaft für Internationale Wirtschaftsbeziehungen mbH*, auch *Bayern International* genannt, die – in Kooperation mit dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie – bayerische mittelständische Unternehmen in Internationalisierungsangelegenheiten unterstützt. Weitere Stakeholder sind beispielsweise andere EDIHs, mit denen gemeinsame Events organisiert werden, sowie deutsche Außenhandelskammern und Bayerische Repräsentanzen im Ausland.

Im ersten Jahr der DInO-Projektlaufzeit fanden fünf internationale Matchmaking-Veranstaltungen statt, bei denen insgesamt 17 verschiedene teilnehmende Firmen mit Unternehmen aus EU-Ländern, der Türkei, Japan und Südamerika sich vernetzen konnten. Fokusthemen waren Smart City, Digitalisierung, Logistik, Transport und die Transformation der Automobilbranche.

Bayern – Fit for Partnership:

Smart City und Digitalisierung für Serbien am 07. November 2023

Das Event am 07. November 2023 in der TechBase Regensburg war eine Kooperation mit Bayern International für den Empfang einer serbischen Firmendelegation zum Thema Smart City & Digitalisierung. Bayerische Firmen wurden eingeladen, sich mittels Unternehmenspräsentation und Werbematerialien vorzustellen und zu vernetzen. Von

serbischer Seite war die AHK Serbien aktiv in der Gewinnung von Firmen für die Reise involviert.

Ziel:

Das Ziel des Delegationsempfangs war die Vernetzung bayerischer Unternehmen mit serbischen Firmenvertreterinnen und -vertretern sowie Stakeholdern im Bereich Smart City und Digitalisierung. Die ausländischen Gäste sollten einen Überblick über ostbayerische Innovationsökosysteme mit dem Cluster Mobility & Logistics und der TechBase als essenzielle Stakeholder gewinnen. Die erhoffte Teilnehmezahl von bayerischer Seite waren 5-8 Unternehmen. Aus organisatorischer Sicht sollte diese erste Kooperation für DInO mit Bayern International nachhaltige Kontakte für zukünftige Zusammenarbeit auf gleicher oder ähnlicher Ebene ergeben. Zudem sollten die ersten KPI für DInOs internationales Matchmaking erreicht werden.

Planung und Durchführung:

Der durchführende Partner von Bayern International nahm im Juli 2023 Kontakt mit dem Cluster Mobility & Logistics auf, um eine aktive Beteiligung am Programm für die Delegation anzufragen. Dies erwies sich als optimale Gelegenheit für das Cluster, den Service International Matchmaking im DInO konkret anzugehen. Die ausländischen Delegationen des Programms Bayern Fit for Partnership von Bayern International unterliegen immer einem bestimmten Thema und durchlaufen über mehrere Tage viele verschiedene Programmpunkte, von Firmen- und Netzwerkbesuchen bis zu Matchmaking Events mit bayerischen Firmen. Unter diesem Aspekt nutzte DInO die Gelegenheit, sich einzubringen und ostbayerischen Firmen die Möglichkeit zu bieten, sich zu Smart City & Digitalisierung zu vernetzen.

Die konkrete Planung des Events in der TechBase wurde von den Event- und Projektmanagerinnen des Clusters gesteuert. Catering wurde organisiert, Firmen angesprochen und Räume gebucht. Der Vorteil der TechBase sind die vorhandenen Räumlichkeiten für Veranstaltungen.

Der Empfang der Delegation ermöglichte die Vorstellung des Regensburger Innovationsökosystems und des Projekts DInO, zehnminütige Präsentationen der bayerischen Firmen sowie bilaterale Gespräche zwischen Delegationsreisenden und den anwesenden bayerischen Unternehmen. Ein Regensburger Unternehmen, das Lastenräder auf Verleihbasis bereitstellt, konnte sein Produkt noch vor der TechBase demonstrieren und Teilnehmende konnten probefahren. Im Anschluss an die Veranstaltung wurde in der TechBase-Mensa SpeicherBar gemeinsam zu Mittag gegessen, bevor die Delegation sich auf den Weg zum nächsten Programmpunkt machte.

Resultat / Learnings:

Die Unternehmen konnten sich durch das Programm mit Präsentationen und Netzwerkteil intensiv austauschen. Anwesend waren trotz intensiver Bewerbung nur drei bayerische Firmen, davon eines aus dem Netzwerk der TechBase aus Regensburg. Die Kooperation mit Bayern International erweist sich als sehr produktiv, da dadurch Kräfte gebündelt werden können und ostbayerische Firmen ausgezeichnete Gelegenheit bekommen, internationale Austausche wahrzunehmen. Auf Projektebene haben sich

sehr gute Kontakte zu Bayern International sowie dem durchführenden Partner der Veranstaltung ergeben, die DInO als Multiplikator und Partner nun zu schätzen wissen. Weitere Kooperationen werden stattfinden.

Informelles individuelles Online-Matchmaking am 13. Dezember 2023

Ein türkisches Logistik-Unternehmen mit zusätzlichem Standort in Wien, das aus dem Netzwerk des Clusters Mobility & Logistics stammt, war auf Kooperations- und Partnersuche. Hierfür vernetzte das Cluster es auf individuelle Anfrage hin mit Mitgliedern in einem informellen Matchmaking-Termin am 13. Dezember 2023. Bei einem einstündigen Online-Termin stellten sich alle Unternehmen mit Präsentationen vor und sprachen über Anknüpfungsmöglichkeiten für zukünftige Zusammenarbeit. Anschließend wurden Kontaktdaten ausgetauscht für intensivere Gespräche.

Ziel:

Ziel war die unkomplizierte und effektive Vernetzung von Firmen für Kontaktgewinnung und potenzielle Kooperationen. Die Teilnehmenden sollten sich in kleinem Rahmen intensiv austauschen können, um mögliche Kooperationen zu evaluieren und nachhaltig Kontakte zu knüpfen. Daher sollte die Teilnehmerzahl auf unter zehn Firmen begrenzt sein, um dieses Level zu erreichen.

Planung und Durchführung:

Die Anfrage des türkischen Unternehmens erreichte das Cluster Mobility & Logistics Ende Oktober 2023. Das Unternehmen bat um Vermittlung von Kontakten zu bayerischen Firmen, die für eine Zusammenarbeit infrage kommen könnten. Es wurde beschlossen, ein Matchmaking mittels Online-Meeting zu organisieren. Wegen des informellen Charakters des Matchmakings wurden ausschließlich Netzwerk-Firmen angesprochen, die thematisch im Voraus eingeordnet werden konnten. Im Mitglieder mailing des Clusters wurde ein Aufruf gestartet mit Bekanntgabe des Termins; zudem wurden Logistik-Firmen individuell eingeladen. Es meldeten sich drei Logistik-Firmen, davon zwei Clustermitglieder und ein Unternehmen aus dem Netzwerk der Digitalen Gründerinitiative Oberpfalz. Zur Vorbereitung wurden die Firmen gebeten, Unternehmenspräsentationen auf Englisch für ca. zehnminütige Vorstellungen zum Termin mitzubringen.

Im Meeting selbst wurde zunächst das Cluster und DInO kurz vorgestellt, um den Rahmen der Veranstaltung zu setzen. Anschließend präsentierte sich die suchende Firma ausführlich und konnte im Anschluss daran die bayerischen Firmenpitches anhören.

Resultat / Learnings:

Die Organisation war unkompliziert und einfach zu handhaben. Der Termin selbst verlief reibungslos, das Format fand unter den Teilnehmenden großen Anklang aufgrund der Effizienz und der Möglichkeit, sich in kleinem Rahmen persönlich auszutauschen. Der Zeitplan ging gut auf; alle Beteiligten konnten sich ausreichend zu Wort melden und nach

den Präsentationen noch Fragen stellen. Bei zwei von drei deutschen Firmen wurden direkt während des Meetings potenzielle Kooperationspunkte identifiziert. Hier wurden mündlich weitere Gespräche vereinbart. Die Kontaktvermittlung erfolgte nach dem Meeting per Mailverteiler an alle Teilnehmenden. Die Ziele wurden alle erreicht, was sich allein schon durch das positive Feedback aller Firmen im Anschluss an die Veranstaltung gezeigt hat.

Internationales Matchmaking Event – Japan am 06. März 2024

Das japanische Saitama City Cluster war mit Firmenvertreterinnen und -vertretern Anfang März 2024 auf Bayernreise und stattete neben Bayern Innovativ am 06. März 2024 auch dem Cluster Mobility & Logistics einen Besuch ab. Drei bayerische Firmen konnten die Gelegenheit nutzen, sich mit Präsentationen vorzustellen und beim anschließenden Mittagessen Kontakte zu knüpfen. Thema war die Transformation in der Wirtschaft, vornehmlich in der Automobilbranche.

Ziel:

Das Ziel des Delegationsempfangs war die Vernetzung bayerischer Unternehmen mit japanischen Firmenvertreterinnen und -vertretern und Stakeholdern zum Thema Transformation. Zudem war gewünscht, dass die ausländischen Gäste einen Überblick über das Regensburger Innovationsökosystem mit dem Cluster Mobility & Logistics und der TechBase als essenzielle Stakeholder gewinnen. Die erhoffte Teilnahmezahl von bayerischer Seite waren 5-8 Unternehmen. Bayerischen Firmen sollte aus organisatorischer Sicht die Möglichkeit für ausgezeichnete außereuropäische Kontakte gegeben werden.

Planung und Durchführung:

Die Anfrage für den Besuch erreichte das Cluster Mobility & Logistics im November 2023 – der Kontakt zum Cluster wurde dem Delegationsleiter über Bayern Innovativ vermittelt. Die Agenda stand nach einem Organisationstreffen in Präsenz mit dem Leiter der Delegation sowie mehreren E-Mails. Über verschiedene Kanäle des Clusters sowie von DInO wurden Unternehmen zum Austausch eingeladen – drei bayerische Unternehmen aus Cluster- und TechBase-Netzwerken sagten zu.

Die konkrete Planung des Events in der TechBase wurde von den Event- und Projektmanagerinnen des Clusters gesteuert. Catering wurde organisiert, Firmen angesprochen und Räume gebucht.

Bei der Veranstaltung begrüßte zunächst der derzeitige Leiter des Amts für Wirtschaft und Wissenschaft der Stadt Regensburg die Anwesenden und gab einen Einblick in die Entwicklung der Stadt Regensburg als Wirtschaftsstandort der (Automobil-)Industrie in Bayern. Auch das Projekt DInO und ein weiteres Projekt des Clusters Mobility & Logistics, transform.r, wurden vorgestellt; anschließend konnten die bayerischen Firmen sich präsentieren. Hier gab es teilweise rege Zwischenfragen der japanischen Gäste, das Interesse war sehr hoch.

Beim anschließenden Mittagessen konnten sich die Firmen noch austauschen; hier wurde auch bei DInO die Gelegenheit dazu gut genutzt.

Im Nachgang wurde zwischen mindestens einer bayerischen und zwei japanischen Firmen Kontakt gehalten, was als guter Erfolg für DInO International Matchmaking verbucht werden kann.

Resultat / Learnings:

Die Organisation mit dem Saitama City Cluster war unkompliziert. Das Austauschformat mit Firmenpräsentation und Netzwerkteil hat sich auch mit den japanischen Gästen bewährt. Insbesondere die Anwesenheit des Amtsleiters für Wirtschaft und Wissenschaft als offizieller Repräsentant der Stadt Regensburg war wichtig, da er einige zusätzliche Fragen beantworten und Input geben konnte. Die Außenwirkung wurde so auch gesteigert und das Interesse an internationalem Austausch bestärkt. Durch den kleinen Rahmen mit insgesamt ca. 20 anwesenden Personen konnte der Fokus optimal auf die einzelnen anwesenden Unternehmen gelegt werden. Die Unternehmen tauschten Kontaktdaten aus, was den Erfolg des Austauschs hervorhob.

Bayern Fit For Partnership:

Logistik und Transport für Slowenien am 17. April 2024

Das Event am 17. April 2024 in der TechBase Regensburg war eine erneute Kooperation mit Bayern International für den Empfang einer slowenischen Firmendelegation zu den Themen Logistik und Transport. Bayerische Firmen wurden eingeladen, sich mittels Unternehmenspräsentation und Werbematerialien bei einer Fachausstellung vorzustellen und zu vernetzen. Von slowenischer Seite war die AHK Slowenien aktiv in der Gewinnung von Firmen für die Reise involviert.

Ziel:

Das Ziel des Delegationsempfangs war die Vernetzung bayerischer Unternehmen mit slowenischen Firmenvertreterinnen, -vertretern und Stakeholdern im Bereich Logistik und Transport. Die ausländischen Gäste sollten einen Überblick über ostbayerische Innovationsökosysteme mit dem Cluster Mobility & Logistics und der TechBase als essenzielle Stakeholder gewinnen. Die erhoffte Teilnahmezahl von bayerischer Seite waren 5-8 Unternehmen. Aus organisatorischer Sicht sollte diese zweite Kooperation für DInO mit Bayern International den vorhandenen Kontakt stärken. Wichtig war die Kontaktaufnahme mit der Firma, die die Delegation federführend plante und durchführte.

Planung und Durchführung:

Der durchführende Partner von Bayern International nahm im Januar 2024 Kontakt mit dem Cluster Mobility & Logistics auf, um eine aktive Beteiligung am Programm für die Delegation anzufragen. Dies erwies sich als optimale Gelegenheit für das Cluster, Firmen im Logistik-Netzwerk eine Gelegenheit für internationalen Austausch zu bieten. Die konkrete Planung des Events in der TechBase wurde von den Event- und Projektmanager:innen des Clusters gesteuert. Catering wurde organisiert, Firmen angesprochen und Räume gebucht.

Der Empfang der Delegation ermöglichte die Vorstellung des Regensburger Innovationsökosystems und des Projekts DInO, zehnminütige Präsentationen der bayerischen Firmen sowie bilaterale Gespräche zwischen Delegationsreisenden und den anwesenden bayerischen Unternehmen. Ein Highlight war die Präsentation slowenischer Wirtschaftsbeziehungen durch die Geschäftsführerin der AHK Slowenien sowie die slowenische Generalkonsulin aus München, die sich beide auch am Netzwerken nach den Präsentationen beteiligten. Außerdem waren große und wichtige slowenische Logistik-Firmen Teil der Delegation, was diese ebenfalls auf ein hohes Niveau hob. Bei Mittagsverpflegung wurden intensive Gespräche zwischen den Teilnehmenden geführt, sodass die Delegation sogar mit 15 Minuten Verspätung abreiste. Die Stimmung von slowenischer sowie bayerischer Seite war sehr gut.

Resultat / Learnings:

Das Feedback von slowenischer sowie deutscher Seite war ausgezeichnet. Die Unternehmen konnten sich durch das Programm mit Präsentationen und Netzwerkteil intensiv austauschen. Anwesend waren dank intensiver Bewerbung acht bayerische Firmen, davon ein Clustermitglied. Sechs bayerische Firmen präsentierten sich zudem bei einer Fachausstellung mit Werbematerialien, um ihre Aktivitäten und Leistungen zu veranschaulichen. Die Kooperation mit Bayern International erwies sich wiederholt als sehr produktiv, da dadurch erneut Kräfte gebündelt wurden und ostbayerische Firmen ausgezeichnete Gelegenheit bekamen, den internationalen Austausch wahrzunehmen. Auf Projektebene hat sich ein weiterer guter Kontakt zu Bayern International sowie zu Commit Project Partners ergeben. Weitere Kooperationen werden stattfinden.

Ihr Eintritt in den südamerikanischen Markt – B2B Matchmaking am 10. Mai 2024

Das Event am 10. Mai 2024 in der TechBase Regensburg war eine Kooperation mit der Bayerischen Repräsentanz in Südamerika und der Universität Adolfo Ibáñez, einer der renommiertesten Universitäten bzw. Business Schools in Chile und Lateinamerika, die die Führungskräfte der Region ausbildet. Bayerische Firmen wurden eingeladen, sich mittels Unternehmenspräsentation und Werbematerialien bei einer Fachausstellung vorzustellen und zu vernetzen.

Ziel:

Das Ziel des mehrtägigen südamerikanischen Delegationsbesuches in Bayern war Standortmarketing für Bayern als Wirtschaftsstandort. Wichtig für die südamerikanischen Organisatorinnen und Organisatoren war, dass bei dem Programmpunkt in der TechBase die vorhandenen Innovationsökosysteme vorgestellt werden sollten und ein Fokus auf Nachhaltigkeit und Innovation vorhanden sein sollte. Die erhoffte Teilnahmezahl von bayerischer Seite waren 5-8 Unternehmen. Aus organisatorischer Sicht sollte diese Kooperation für DInO-Firmen erweitertes Potenzial auch außerhalb Europas eröffnen, analog zum Matchmaking mit japanischen Firmen. Die Ankündigung der südamerikanischen Organisatorinnen und Organisatoren war,

dass es sich bei den ca. 40 Delegationsteilnehmenden um die "zukünftigen CEOs und Ministerinnen und Minister Südamerikas" handelte. Somit sollte dies ein ausschlaggebendes Argument für die bayerischen Akteurinnen und Akteur sein, am Matchmaking teilzunehmen.

Planung und Durchführung:

Der Kontakt zur Bayerischen Repräsentanz in Südamerika kam durch Eigeninitiative des Clusters Mobility & Logistics im November 2023 zustande. Grund dafür war ein aus Südamerika versendeter Newsletter zu internationalen Austauschmöglichkeiten. Daraufhin folgte schnell ein Meeting, in dem das Konzept der Mai-Delegation als Kooperationsgelegenheit vorgestellt wurde. Konkrete Planungen wurden ins Rollen gebracht und eine Agenda mit IHK Regensburg und Stadt Regensburg als aktiv Beteiligte aufgesetzt. Die IHK war mit dem stellvertretenden Leiter der internationalen Abteilung dabei und konzentrierte sich im Impulsvortrag auf die grenzübergreifenden wirtschaftlichen Beziehungen der Region. Die konkrete Planung des Events in der TechBase wurde von den Event- und Projektmanagerinnen des Clusters gesteuert. Catering wurde organisiert, Firmen angesprochen und Räume gebucht. Die umfangreiche Bewerbung der Veranstaltung resultierte in Anmeldungen von bayerischen Firmen und einer Hochschule. Anwesend war letztendlich nur eine bayerische Firma.

Der Empfang der Delegation ermöglichte die Vorstellung des Regensburger Innovationsökosystems durch IHK und Stadt. Das Cluster Mobility & Logistics und insbesondere das Projekt DInO wurden präsentiert, es gab eine fünfminütige Präsentation der bayerischen Firma sowie bilaterale Gespräche zwischen Delegationsreisenden, Angehörigen des Clusters Mobility & Logistics sowie dem anwesenden bayerischen Unternehmen. Auch der Repräsentant der chilenischen Universität stellte südamerikanische Märkte, insbesondere den chilenischen Markt, vor.

Resultat / Learnings:

Die Firmenbeteiligung von bayerischer Seite war nicht so hoch wie erhofft – dies lag vermutlich daran, dass die Veranstaltung an einem Brückentag nach einem Feiertag stattfand. Dies war aber aufgrund der zeitlichen Planung der Delegation unumgänglich. Zukünftig wird vermehrt darauf geachtet werden, dass Brückentage in der Planung von Events möglichst vermieden werden. Dass von vier angemeldeten Teilnehmenden nur eine Person erschien, war sehr kurzfristigen Absagen geschuldet sowie einer Person, die trotz Reminder-E-Mails fernblieb.

Die Kooperation mit Bayerischen Repräsentanz in Südamerika erwies sich als sehr produktiv, da dadurch Kräfte gebündelt wurden und ostbayerische Firmen ausgezeichnete Gelegenheit bekamen, den internationalen Austausch mit zukünftigen südamerikanischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern wahrzunehmen. Die Resonanz der Delegationsteilnehmenden war sehr positiv, das Regensburger Innovationsökosystem wurde sehr interessiert aufgenommen. Auf Projektebene hat sich ein guter neuer Kontakt zur Bayerischen Repräsentanz in Südamerika ergeben.

Prag-Delegation: abgesagt

Im Juni 2024 sollte in Kooperation mit tschechischen Partnerinnen und Partnern eine Outgoing-Delegation nach Prag fahren. Themenfokus sollte Künstliche Intelligenz sein. Aufgrund kommunikativer Schwierigkeiten mit einem internationalen Kooperationspartner wurde die Delegation Anfang Februar 2024 abgesagt und bis auf Weiteres vertagt.

Ziel:

Das Ziel der Delegation sollte sein, dass ostbayerische Firmen eine Gelegenheit bekommen, sich zu KI im Ausland Best Practices anzusehen und wertvolle Kontakte sowohl zu tschechischen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern als auch untereinander zu knüpfen.

Planung- und Durchführung:

Die Idee zur Delegation kam beim Matchmaking Event zu Horizon Europe Calls in Prag im September 2023 auf. Eine dortige Organisatorin eines anderen EDIHs erwies sich als guter Kontakt und schien motiviert, eine Delegation mit DInO zu planen. Bei einem Meeting im Herbst 2023 wurde die Planung zeitlich eingeordnet. Aufgrund eines hohen Arbeitsaufkommens auf tschechischer Seite kam die Kommunikation danach ins Stocken und die Delegation wurde wegen der Planungsunsicherheit abgesagt.

Resultat / Learnings:

Eine Outgoing-Delegation wäre für den DInO-Projektzeitraum wünschenswert. Die Kooperation mit internationalen Partnerinnen und Partnern muss dann aber ein höheres Maß an Zuverlässigkeit in Kommunikation und Organisation mit sich bringen. Deshalb werden potenzielle Delegationspartnerinnen und -partner in weiteren Schritten evaluiert und mit guter Vertrauensbasis zukünftig neue Ideen angestoßen und umgesetzt.

Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks

Mithilfe der guten Kontakte zu Stakeholdern wie Bayern International, Bayern Innovativ oder Bayerischen Repräsentanzen schreitet das Internationale Matchmaking im Innovation Ecosystem des DInO hervorragend voran. Dies zeigt allein die Erreichung von 17 teilnehmenden KMU nach einem Jahr Projektlaufzeit, in der es insgesamt KPI von 50 KMU zu erreichen gilt. Die verschiedenen Themen- und Ländereingrenzungen bei den bisher stattgefundenen Events ermöglichten es unterschiedlichsten Firmen, von diesem DInO-Service zu profitieren. Eine solch breite Aufstellung soll auch zukünftig gewährleistet werden, damit möglichst viele ostbayerische Unternehmen unterstützt werden können.

Bei anstehenden Events wird DInO weiterhin auf Kooperationen setzen, um Kräfte zu bündeln und zu vermeiden, ein Überangebot für Firmen zu schaffen. Neben den genannten Stakeholdern werden auch die bestehenden Kontakte zu anderen EDIHs aktiv genutzt. Das Ziel ist die Organisation gemeinsamer Matchmaking-Veranstaltungen, bei

denen alle teilnehmenden EDIHs und ihre Unternehmen voneinander profitieren können. Eine solche Veranstaltung ist für November 2024 geplant.

Zudem ist es ratsam, das Thema Logistik und Transport mehr in den Fokus zu rücken, da dieses bislang den meisten Zuspruch im Netzwerk gefunden hat. Bei der Kooperation mit Stakeholdern ist die langjährige Erfahrung des Clusters Mobility & Logistics von Vorteil, die bei der Organisation der DInO-Veranstaltungen ein echter Gewinn ist. Genauso verhält es sich beim Abschätzen der Sinnhaftigkeit von Kooperationen, wie sich bei der abgesagten Prag-Delegation gezeigt hat. Hier wurde, auf Erfahrungswerte gestützt, die Entscheidung zur Absage getroffen, weil ein erfolgreiches und gut organisiertes Event nur noch bedingt gewährleistet werden konnte.

Abschließend ist zu erwähnen, dass die Präsentation des Projektes DInO bei den Events sich mehrfach für das Gesamtprojekt ausgezahlt hat – die Projektvorstellung weckte das Interesse einiger Firmen, mehr über die DInO-Services zu erfahren.

Task 6.2 Awareness raising and initial consultation services

Die Erst- und Sensibilisierungsberatung ist eine zentrale Maßnahme, die darauf abzielt, Unternehmen den Zugang zu den Angeboten des EDIH zu erleichtern. Zielsetzung dieser Initiative ist es, eine systematische Herangehensweise zu etablieren, um die Digitalisierung in KMU sowie in Einrichtungen des öffentlichen Sektors zu fördern und zu beschleunigen.

Die Zielgruppe der Erst- und Sensibilisierungsberatung umfasst hauptsächlich KMU und PSE, die sich auf dem Weg der digitalen Transformation befinden. Diese Unternehmen und Einrichtungen stehen oft vor der Herausforderung, dass ihnen das notwendige Wissen und die Ressourcen fehlen, um die Potenziale der Digitalisierung vollständig zu erschließen. Hier setzt die Beratung an, indem sie maßgeschneiderte Unterstützung und Orientierung bietet, um die digitalen Kompetenzen zu stärken und eine nachhaltige Implementierung neuer Technologien zu gewährleisten.

Die Startsituation für die Implementierung der Erst- und Sensibilisierungsberatung ist durch die zunehmende Notwendigkeit gekennzeichnet, die digitale Wettbewerbsfähigkeit von KMU und PSE zu verbessern. Viele dieser Organisationen stehen am Anfang ihrer digitalen Reise und benötigen Unterstützung, um die vielfältigen Möglichkeiten, die digitale Technologien bieten, zu verstehen und zu nutzen.

Zur Erreichung der Zielsetzung wurde eine Richtlinie entwickelt, die darauf ausgerichtet ist, die relevanten Zielgruppen für die Dienstleistungen des EDIH zu sensibilisieren. Diese Richtlinie dient als Grundlage für die Erstberatung und umfasst Maßnahmen zur Steigerung des Bewusstseins und Verständnisses für die Bedeutung der Digitalisierung. Ein wesentlicher Bestandteil der Erst- und Sensibilisierungsberatung ist die Durchführung standardisierter Überprüfungen, welche die digitalen Fähigkeiten und den Reifegrad der betreffenden Organisationen objektiv bewerten. Diese Überprüfungen sind entscheidend, um den aktuellen Stand der Digitalisierung zu ermitteln und gezielte Empfehlungen für die weitere Entwicklung geben zu können. Darüber hinaus wird Unterstützung beim Ausfüllen der Fragebögen zur digitalen Reifebewertung, den Digital Maturity Assessments (DMA) für öffentliche Einrichtungen oder KMU, angeboten, um eine umfassende Einschätzung des Digitalisierungsgrades zu ermöglichen und eine fundierte Basis für die Planung und Umsetzung von Digitalisierungsstrategien zu schaffen.

Zusammenfassend zielt die Erst- und Sensibilisierungsberatung darauf ab, KMU und PSE einen klaren und zugänglichen Weg zur Digitalisierung zu bieten. Durch gezielte Beratung und Unterstützung sollen diese Organisationen befähigt werden, die Chancen der digitalen Transformation optimal zu nutzen und ihre Wettbewerbsfähigkeit in einer zunehmend digitalisierten Welt zu steigern.

Customer Journey

Die Customer Journey in dem Projekt DInO beschreibt den gesamten Prozess, den eine Kundin oder ein Kunde von der ersten Kontaktaufnahme bis zur Durchführung und Unterstützung eines Services durchläuft. Sie erfasst alle Interaktionen und Berührungspunkte zwischen Kundin oder Kunde und DInO-Team. Das Ziel ist es, die Erfahrung der Kundschaft zu optimieren, indem man die Bedürfnisse und Rückmeldungen der Kundinnen und Kunden in jeder Phase des Projekts versteht und darauf eingeht, um so deren Zufriedenheit zu erhöhen.

Ziel:

Die Customer Journey zielt darauf ab, eine vereinfachte und verständliche Darstellung der Prozesse zu bieten. Durch die Visualisierung der Customer Journey werden Prozesse nicht nur optimiert, sondern auch standardisiert, wodurch sie für alle Mitglieder des Projektkonsortiums transparent und zugänglich gemacht werden. Dies fördert eine einheitliche Arbeitsweise und erleichtert die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Beteiligten. Ein weiteres Ziel der Customer Journey ist es, den Kundinnen und Kunden ein hohes Maß an Professionalität zu demonstrieren. Indem die Schritte und Interaktionspunkte klar dargestellt werden, können die Kundinnen und Kunden die Qualität und Effizienz der Prozesse erkennen, was das Vertrauen in das Projektkonsortium und seine Dienstleistungen stärkt. Darüber hinaus hilft die Customer Journey dabei, die Erfahrung der Kundschaft zu verbessern, indem sie Einblicke in deren Bedürfnisse und Erwartungen liefert.

Planung und Durchführung:

Die Customer Journey nimmt eine zentrale Rolle in allen Bereichen des Projektes ein, weshalb als essenzieller Grundstein hierfür eine detaillierte Reflexion der einzelnen Aufgaben durchgeführt wurde. Dieser Prozess diente dazu, ein vertieftes Verständnis für die verschiedenen Services und ihre Kundenbeziehungen zu entwickeln. Der Anfangspunkt dieser umfassenden Analyse war eine Workshop-Situation, in der mittels klassischem Brainstorming erörtert wurde, wie die ideale Reise der Kundinnen und Kunden durch das DInO-Projekt gestaltet sein sollte.

In weiterführenden Treffen wurde die Struktur der Customer Journey sukzessive vertieft und konkretisiert, sodass bald ein klares Bild davon gezeichnet werden konnte, wie der Weg vom Erstkontakt bis zum erfolgreichen Abschluss des Prozesses verlaufen sollte. Eine entscheidende Phase in diesem Prozess war die Testphase, in der die bis dahin erarbeiteten Konzepte und Strategien auf ihre Praxistauglichkeit überprüft wurden. Dies ermöglichte es, eventuelle Schwachstellen zu identifizieren und entsprechende Justierungen vorzunehmen, um die Customer Journey weiter zu optimieren.

Um die erzielten Ergebnisse und Erkenntnisse für das gesamte Projektkonsortium klar und nachvollziehbar zu kommunizieren, wurde eine PowerPoint-Präsentation erstellt. Diese enthält Prozessabbildungen und Verlinkungen zu den notwendigen Unterlagen, die während des Beratungsprozesses benötigt werden. Dadurch konnten alle Projektbeteiligten einen umfassenden Überblick über die Customer Journey und die

damit verbundenen Prozesse erhalten, was eine erfolgreiche Implementierung und kontinuierliche Verbesserung des Projekts ermöglichte.

Resultat / Learnings:

Die Analyse der Customer Journey hat tiefgreifende Einblicke in die Interaktionsprozesse mit den Kundinnen und Kunden geliefert und fest etabliert, wie zentral sie für die Optimierung der Kundenbeziehungen ist. Ihre erfolgreiche Integration in die Arbeitsabläufe zeigt, dass sie nicht nur ein theoretisches Modell ist, sondern ein praktisch umsetzbares Werkzeug, das zur Verbesserung der Erfahrung der Kundschaft beiträgt. Insbesondere im Onboarding-Prozess neuer Projektmitarbeiterinnen und -mitarbeiter hat sich die Customer Journey als besonders wertvoll erwiesen, da sie ein besseres Verständnis für die Kundenbedürfnisse und -erwartungen fördert und somit zu effizienteren und zielgerichteten Arbeitsabläufen führt.

Die Einführung und Anpassung der Customer Journey in die Praxis erforderte mehrere Durchläufe und Testphasen, was die Notwendigkeit eines flexiblen und iterativen Ansatzes unterstreicht. Diese Phasen waren unerlässlich, um die theoretischen Modelle an die realen Gegebenheiten anzupassen und die Wirksamkeit in der Praxis zu gewährleisten. Aus dieser Erfahrung ergibt sich das Learning, dass kontinuierliches Feedback und Anpassungen wesentlich sind, um die Customer Journey effektiv in die Kommunikationsroutine der DInO-Beraterinnen einzubetten.

Die DInO Customer Journey ist in Abbildung 1 schematisch dargestellt. Die Customer Journey beginnt mit einer undefinierten Anfrage an die DInO-Projektmitarbeitenden, gefolgt von einer Erstberatung, um zu sehen, ob die Anfrage konkretisierbar ist oder vage bleibt. Kann die Anfrage konkretisiert werden, erfolgt eine zweite Beratung durch die zuständige DInO-Ansprechperson, um die Serviceberatung vorzubereiten. Bleibt die Anfrage vage, wird ein Folgekontakt zu einem späteren Zeitpunkt vereinbart. Als Ergebnis der gemeinsamen Diskussionen im Projektkonsortium wurde die Customer Journey so modifiziert, dass es möglich ist, mit einem konkreten Anliegen einzusteigen. Dies ermöglicht den Kundinnen, die Journey zu einem späteren Zeitpunkt zu beginnen.

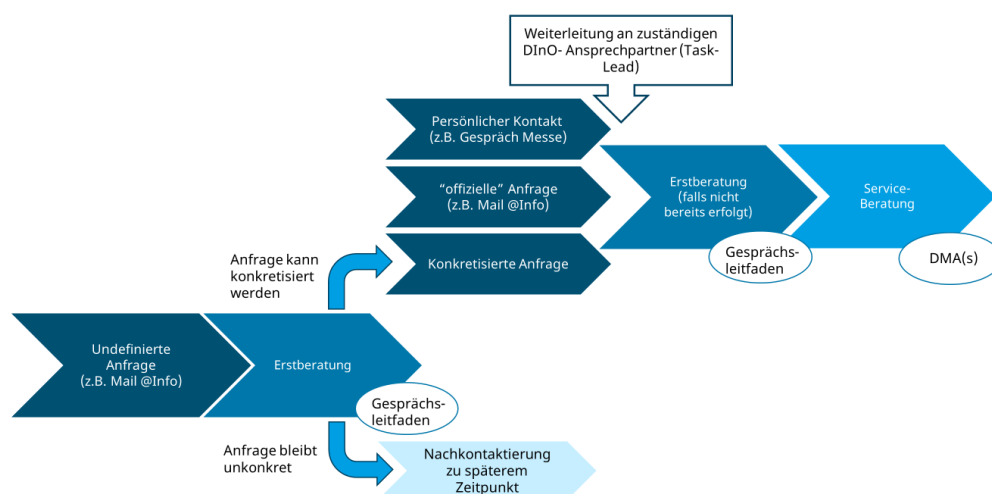


Abbildung 1: Customer Journey

Gesprächsleitfaden

Der Gesprächsleitfaden im DInO-Projekt strukturiert die Kommunikation, um Gespräche konsistent und effizient zu führen. Er zielt darauf ab, durch standardisierte Datenerhebung und klare Kommunikation eine solide Datenbasis für Analysen und Entscheidungen zu schaffen. Besonders beim Erstkontakt fördert er das Verständnis zwischen Mitarbeitenden und (potenziellen) Kundinnen und Kunden, erleichtert die Informationsweitergabe und vermeidet Doppelarbeit.

Ziel:

Ein Gesprächsleitfaden dient als strukturiertes Instrument, das gewährleistet, dass Gespräche innerhalb des DInO-Projekts konsistent und effizient geführt werden. Seine Hauptziele umfassen die Sicherstellung einer standardisierten Datenerhebung sowie die Förderung einer klaren Kommunikation zwischen den Projektmitarbeitenden und den (potenziellen) Kundinnen und Kunden.

Der Einsatz eines Gesprächsleitfadens ermöglicht es den Projektmitarbeitenden, systematisch alle relevanten Informationen zu erfassen. Dies trägt dazu bei, dass keine wesentlichen Daten übersehen werden und dass alle Diskussionen in einer einheitlichen Form dokumentiert sind. Dadurch wird eine solide Datenbasis geschaffen, die für die Analyse und Entscheidungsfindung im Projektverlauf unerlässlich ist.

Von besonderer Wichtigkeit ist die sorgfältige Handhabung des Gesprächsleitfadens während des Erstgesprächs oder der Erstberatung. Dieser erste Kontakt legt den Grundstein für die Customer Journey, indem er eine grundlegende Verständnisebene zwischen den Projektmitarbeitenden und den Kundinnen und Kunden etabliert. Durch die präzise Dokumentation dieser initialen Interaktion wird sichergestellt, dass Kundinnen und Kunden effektiv an die zuständige Person oder Abteilung weitergeleitet werden können.

Zudem ermöglicht der Gesprächsleitfaden eine nahtlose Übergabe von Informationen. Die nachfolgenden Ansprechpersonen können auf die bereits gesammelten Daten zurückgreifen, wodurch Doppelarbeit vermieden und die Effizienz des Prozesses gesteigert wird. Dies erleichtert nicht nur die Fortführung der Kundenbeziehung, sondern ermöglicht auch eine personalisierte und zielgerichtete Weiterbetreuung basierend auf den bereits erfassten Informationen.

Planung und Durchführung:

Die Entwicklung des Projekt-Gesprächsleitfadens begann mit einer sorgfältigen Identifikation der erforderlichen Datenbasis. Dieser fundamentale Schritt involvierte die Analyse der spezifischen Vorgaben, die essenziell sind, um die definierten Key Performance Indicators (KPIs) zu erfüllen. Aufgrund dieser präzisen Datengrundlage konnte der Übergang in die Konzeptionsphase des Gesprächsleitfadens fließend erfolgen.

In dieser Phase wurde zunächst ein kreativer Prozess des Brainstormings initiiert. Dabei stand im Fokus, welche Informationen für die Weiterverarbeitung von zentraler Bedeutung sind. Kritisch wurde hinterfragt, welche Kenntnisse die nachfolgende Ansprechperson benötigt, um die Kundinnen und Kunden effektiv weiter zu betreuen.

Ebenso wurde erörtert, in welchem Format die Daten am zielführendsten erfasst und zugänglich gemacht werden können, um eine optimale Nutzung und Verständlichkeit für alle Beteiligten zu gewährleisten.

Anfänglich wurde ein klassisches Word-Dokument mit einer ausfüllbaren Tabelle implementiert, um eine strukturierte Datenerfassung zu ermöglichen. Diese Methode diente als Ausgangspunkt, um den Gesprächsleitfaden praktisch anzuwenden und erste Erfahrungen zu sammeln. Jedoch wurde, angesichts der dynamischen Entwicklung des Projekts, bald erkannt, dass eine flexiblere und skalierbare Lösung erforderlich ist.

Daher erfolgte die Weiterentwicklung hin zu einer Integration in das Customer Relationship Management (CRM)-System. Diese Anpassung ermöglichte es, die Datenerfassung und -verarbeitung nahtlos in die bestehenden Arbeitsabläufe zu integrieren. Die Verwendung des CRM-Systems für den Gesprächsleitfaden erlaubt nicht nur eine effizientere Datenpflege und -analyse, sondern unterstützt auch die kontinuierliche Verbesserung und Anpassung des Prozesses an die sich wandelnden Anforderungen des Projekts.

Resultat / Learnings:

Die Einführung und Nutzung eines Gesprächsleitfadens führen zu signifikanten Verbesserungen in der Qualität und Konsistenz der Daten. Dieses Instrument ermöglicht es den Projektteams, Informationen systematisch und einheitlich zu erfassen, wodurch eine solide Grundlage für Analysen und Entscheidungsfindungen entsteht.

Ein weiterer unmittelbarer Vorteil ist die Steigerung der Kommunikationseffizienz. Der Leitfaden hilft den Mitarbeitenden, sich auf die wesentlichen Aspekte zu konzentrieren und stellt sicher, dass alle kritischen Informationen während des Kundendialogs erfasst werden. Dies reduziert den Bedarf an nachträglichen Interaktionen zur Datenergänzung und führt zu einer schnelleren und effektiveren Kundenbetreuung.

Insgesamt zeigt sich, dass strukturierte Kommunikationswerkzeuge wie der Gesprächsleitfaden entscheidend für das effektive Management von Kundenbeziehungen und die erfolgreiche Projektumsetzung sind. Sie fördern nicht nur Klarheit und Vollständigkeit in der Kommunikation, sondern sind auch zentral für das Erreichen der gesetzten Projektziele. Der Gesprächsleitfaden ist in Abbildung 2 abgebildet:



Notizen Beratungsgespräche DInO

Informationen zum Unternehmen	
Unternehmensname	
Branche	
Anzahl Beschäftigte	
Umsatz	
Informationen zu Ansprechpartner*in des DInO-Teams	
Name	
Funktion	
Kontaktadressen (Mail, ggf. Telefonnummer)	

1. Erstgespräch	Datum: Online/Telefon/ Präsenz (bitte Zutreffendes wählen)
Beratende	
Erstkontakt beim DInO	
Gesprächspartner*innen vom Unternehmen	
Wie kam der Kontakt zu Stande?	
Was ist das Anliegen?	
Welche Vereinbarung wurde am Ende des Gesprächs getroffen? (Weiterarbeit, Weiterleitung an anderen Service, etc.)	



Weitere Gespräch	Datum: Online/Telefon/ Präsenz (bitte Zutreffendes wählen)
Beratende	
Gesprächspartner*innen vom Unternehmen	
Was ist das Anliegen?	
Welche Materialien wurden genutzt? (z.B. Conceptboard, Workshop, Service-Test)	
Welche Vereinbarung wurde am Ende des Gesprächs getroffen?	

Abbildung 2: Vorlage Gesprächsleitfaden

Umfrage für KMU und öffentliche Einrichtungen (auf Flyern, Blöcken, Veranstaltungen)

Eine Umfrage für KMU und öffentliche Einrichtungen ist über einen QR-Code auf Flyern, Blöcken und bei Veranstaltungen erreichbar. Diese innovative Initiative bietet eine einfache Möglichkeit, den aktuellen Stand der Digitalisierung zu bewerten und gibt Einblicke in spezifische Herausforderungen. Sie ermöglicht es den DInO-Mitarbeitenden, die Dienstleistungen gezielt anzupassen und den digitalen Fortschritt effektiv zu fördern. Die Umfrage ist u.a. über diesen Link erreichbar: <https://survey.th-deg.de/index.php/624728?lang=de>

Ziel:

Im Rahmen der Bemühungen, die Zugänglichkeit für KMU sowie öffentliche Einrichtungen zu verbessern, wurde eine innovative Maßnahme implementiert: die Entwicklung einer Umfrage, die durch einen QR-Code auf den Werbematerialien leicht zugänglich ist. Diese Initiative zielt darauf ab, einen unkomplizierten Erstzugang zum DInO-Projektangebot zu schaffen und bietet gleichzeitig eine interaktive Plattform, auf der die Teilnehmenden ihren aktuellen Digitalisierungsstand bewerten können.

Diese Umfrage wurde sorgfältig konzipiert, um ein klares Bild davon zu erhalten, wie Organisationen die digitale Transformation in ihren Operationen umsetzen und welche Herausforderungen sie dabei erleben. Durch das Scannen des QR-Codes gelangen

Interessierte direkt zur Umfrage, was den Prozess nicht nur modernisiert, sondern auch benutzerfreundlich gestaltet.

Die Einbindung von QR-Codes auf Werbematerialien ermöglicht eine direkte und effiziente Interaktion mit der Zielgruppe. Dieser Ansatz erleichtert den Einstieg in den Dialog mit KMU und öffentlichen Einrichtungen und ermöglicht es den Konsortialpartnern, wertvolle Einblicke in spezifischen Bedürfnissen und Erwartungen an deren Digitalisierungsprozess zu gewinnen. Auf diese Weise können Dienstleistungen und Lösungen besser auf die individuellen Anforderungen abgestimmt werden.

Darüber hinaus bietet die Umfrage den Teilnehmenden die Gelegenheit, eine Selbstbewertung ihres Digitalisierungsfortschritts vorzunehmen. Dies fördert nicht nur das Bewusstsein und die Reflexion über den eigenen digitalen Reifegrad, sondern gibt den DInO-Mitarbeitenden auch wichtige Daten an die Hand, um den Unterstützungsbedarf genauer zu identifizieren und zielgerichtete Maßnahmen zur Förderung der digitalen Transformation in KMU und öffentlichen Einrichtungen zu entwickeln.

Insgesamt stellt diese Umfrage einen entscheidenden Schritt dar, um eine Brücke zwischen den aktuellen digitalen Fähigkeiten von KMU und öffentlichen Einrichtungen und den potenziellen Verbesserungen, die durch die DInO-Unterstützung realisiert werden können, zu schlagen. Sie ist ein Instrument, das nicht nur die Kommunikation und Interaktion erleichtert, sondern auch tiefgreifende Einblicke in die digitale Landschaft dieser Organisationen ermöglicht, was für die erfolgreiche Umsetzung der digitalen Initiativen unerlässlich ist.

Planung und Durchführung:

Bei der Planung und Durchführung der Umfrageaktivität für KMU sowie öffentliche Einrichtungen wurde ein mehrstufiger Ansatz verfolgt, um eine umfassende und effektive Strategie zu entwickeln.

In der ersten Phase der Planung lag der Fokus darauf, die Kernziele der Umfrage zu definieren. Es wurde besonderer Wert daraufgelegt, die spezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen von KMU und öffentlichen Einrichtungen in Bezug auf die digitale Transformation zu ermitteln. Diese Zielsetzung diente als Leitfaden für die Entwicklung der Umfragefragen, die darauf abzielten, ein detailliertes Verständnis der digitalen Landschaft dieser Organisationen zu gewinnen.

Daraufhin wurde eine umfassende Fragebogenerstellung durchgeführt, wobei darauf geachtet wurde, dass die Fragen klar, präzise und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind. Die Fragen wurden so konzipiert, dass sie qualitative und quantitative Einblicke in den Digitalisierungsprozess der befragten Organisationen bieten. Hierbei wurde auch darauf geachtet, eine Benutzerfreundlichkeit zu gewährleisten, um eine hohe Antwortrate zu sichern.

Parallel zur Entwicklung des Fragebogens wurde eine innovative Verbreitungsstrategie erarbeitet, die den Einsatz von QR-Codes auf Werbematerialien einschloss. Diese Strategie zielte darauf ab, den Zugang zur Umfrage so einfach und nahtlos wie möglich zu gestalten. Die QR-Codes wurden auf eine Vielzahl von Materialien gedruckt, darunter Broschüren, Poster und Visitenkarten, um eine breite Sichtbarkeit und Erreichbarkeit zu gewährleisten.

Bei der Konzeption der Umfrage wurde ein besonderes Augenmerk auf die Datenerhebung und -analyse gelegt. Nachdem die Umfrage live geschaltet wurde, wurden die eingehenden Daten kontinuierlich überwacht und ausgewertet. Diese Datenanalyse ermöglichte es, tiefe Einblicke in den aktuellen Stand der digitalen Adaption bei den befragten Organisationen zu gewinnen und potenzielle Bereiche für Unterstützungsmaßnahmen zu identifizieren.

Resultat / Learnings:

Die Durchführung der Umfragen für KMU und öffentliche Einrichtungen hat zu Ergebnissen und Lernerfahrungen geführt, die eine gemischte Reflexion über die Effektivität dieser Initiative zulassen.

Eines der Hauptresultate ist, dass die erwarteten Antwortraten nicht erreicht wurden, was zu einer begrenzten Datenmenge führte. Dies hat die umfassende Analyse der Digitalisierungsbedürfnisse und -herausforderungen, die angestrebt wurden, eingeschränkt. Die erhaltenen Daten bieten zwar einen Einblick in die digitalen Praktiken einiger KMU und öffentlicher Einrichtungen, aber sie spiegeln möglicherweise nicht das vollständige Spektrum der Zielgruppen wider.

Trotz der niedrigen Rücklaufquote haben die Antworten, die gesammelt werden konnten, einige wichtige Informationen über die digitalen Prioritäten und Herausforderungen der teilnehmenden Organisationen aufgezeigt. Diese Einblicke sind wertvoll, um ein erstes Verständnis für die digitalen Anforderungen der angesprochenen Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen zu entwickeln und auf Basis dessen den ersten Kontakt zu den Umfrageteilnehmenden aufzubauen.

Aus dieser Erfahrung wurde gelernt, dass die Erreichung einer hohen Rücklaufquote eine Herausforderung darstellt, die eine differenzierte Strategie erfordert. Die Nutzung von QR-Codes allein reicht möglicherweise nicht aus, um eine breite Beteiligung zu gewährleisten. Dies hat gezeigt, wie wichtig es ist, die Methoden zur Einbindung der Zielgruppen zu diversifizieren und anzupassen. Als erste Folgerung wurde die Verbreitung der Umfrage durch zusätzliche Multiplikatoren verstärkt, die den Unternehmen in der Region bereits bekannt sind.

Ein weiteres Learning betrifft die Notwendigkeit, den Umfrageprozess und die Kommunikation ständig zu überprüfen und zu verbessern. Es könnte notwendig sein, den Umfrageteilnehmenden zusätzliche Anreize zum Abschluss der Umfrage zu bieten oder die Werbestrategien zu intensivieren, um eine höhere Teilnahme zu erreichen.

DInO-Sprechstunde

Die DInO-Sprechstunde bietet KMU und öffentlichen Einrichtungen eine niedrigschwellige Plattform für den Erstkontakt. Ziel ist es, Wissen zu vermitteln und eine breite Aufmerksamkeit für digitale Transformation zu schaffen. Durch virtuelle und physische Formate soll ein offener Austausch ermöglicht und der Dialog mit Stakeholdern gefördert werden. Diese Initiative stärkt Beziehungen und unterstützt die kontinuierliche Verbesserung der digitalen Fähigkeiten der Teilnehmenden.

Ziel:

Die DInO-Sprechstunde, eine Initiative im Aufbau, ist darauf ausgerichtet, den Erstkontakt zu Kundinnen und Kunden auf niedrigschwellige Art zu etablieren. Dieses Format bietet eine Plattform für offenen Austausch, im Rahmen derer Teilnehmende ihre Erfahrungen und Bedarfe frei teilen können, wodurch Vertrauen aufgebaut und Beziehungen entstehen sollen.

Ein wesentliches Ziel ist es, regelmäßig eine bestimmte Anzahl von Teilnehmenden zu erreichen, um eine breite Basis für Feedback und Interaktion zu schaffen. Dies ermöglicht es, wertvolle Erkenntnisse über die Bedürfnisse und Herausforderungen der DInO-Nutzenden zu sammeln, was entscheidend für die kontinuierliche Verbesserung der Sprechstunde und aller Services ist.

Darüber hinaus zielt die Initiative darauf ab, signifikante neue Kontakte zu knüpfen und Nutzerinnen und Nutzer für die Plattform zu gewinnen. Jede neue Nutzerin erweitert das Verständnis für die vielfältigen Anforderungen und Erwartungen im Kontext der digitalen Transformation.

Insgesamt ist die DInO-Sprechstunde nicht nur ein Forum für Dialog und Unterstützung, sondern auch ein entscheidendes Werkzeug zur Datenerhebung. Sie ermöglicht es den DInO-Mitarbeitenden, die Angebote präzise und bedarfsgerecht zu gestalten und somit die Effektivität der Initiative zu maximieren.

Planung und Durchführung:

Die Planung und Durchführung der DInO-Sprechstunde ist ein mehrstufiger Prozess, der von der genauen Definition der Ziele bis zur Nachbereitung reicht.

Planung

- **Zieldefinition:** Zunächst wird das Hauptziel der Sprechstunde festgelegt: einen einfachen und niedrigschwelligen Erstkontakt mit Kundinnen und Kunden herzustellen und dabei einen offenen Austausch zu ermöglichen. Das Ziel ist, ein Verständnis für die Bedürfnisse und Herausforderungen der Teilnehmenden zu entwickeln und Vertrauen aufzubauen.
- **Terminplanung:** Die Termine werden sorgfältig geplant, um eine optimale Beteiligung zu gewährleisten. Es wird darauf geachtet, dass die Sprechstunden zu Zeiten stattfinden, die für die Zielgruppe günstig sind.
- **Ressourcenallokation:** Es wird entschieden, welche und wie viele Projektmitarbeitenden wann und wie an der Sprechstunde teilnehmen und unterstützen können und sollen.
- **Technische Einrichtung:** Abhängig davon, ob die Sprechstunde virtuell oder physisch stattfindet, werden die notwendigen technischen Einrichtungen getroffen. Für virtuelle Sprechstunden sind stabile Internetverbindungen, Datenschutzmaßnahmen und geeignete Kommunikationsplattformen erforderlich. Bei physischen Treffen werden Räumlichkeiten, Ausstattung und Logistik geplant.
- **Kommunikation:** Es wird ein Kommunikationsplan entwickelt, um die Sprechstunde zu bewerben. Dies kann durch Marketingkampagnen, soziale Medien und die Einbindung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wie Branchenführenden oder lokalen Unternehmensnetzwerken geschehen.

Durchführung

- **Registrierung:** Es wird eine einfache und effiziente Registrierungsmöglichkeit für Teilnehmende eingerichtet, um einen reibungslosen Zugang zur Sprechstunde zu gewährleisten.
- **Dokumentation der Erstberatung:** Mithilfe eines Gesprächsleitfadens werden die Beratungen dokumentiert. Dies stellt sicher, dass wichtige Informationen erfasst und konsistent über alle Sprechstunden hinweg gehandhabt werden.
- **Nachbereitung und CRM:** Die gesammelten Informationen werden in das Customer Relationship Management (CRM)-System eingepflegt. Dies ermöglicht eine systematische Analyse der Daten und die effektive Nachverfolgung der Interaktionen.
- **Follow-Up:** Es werden Möglichkeiten für ein Follow-Up geschaffen, um die Beziehung zu den Teilnehmenden weiter zu festigen und zusätzliche Unterstützung oder Services anzubieten.

Insgesamt ist die DInO-Sprechstunde ein durchdacht geplanter und strukturierter Prozess, der darauf abzielt, wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse und Herausforderungen der Kundinnen und Kunden zu gewinnen und gleichzeitig eine Basis für langfristige Beziehungen zu schaffen.

Resultat / Learnings:

Da die DInO-Sprechstunde derzeit noch in der Planungsphase ist, lassen sich die Ergebnisse und Lernerfolge noch nicht konkret bewerten. Die Zielsetzung konzentriert sich darauf, die Zugänglichkeit zu erhöhen, Wissen effektiv zu vermitteln und Aufmerksamkeit für die Initiative zu schaffen. Zudem ist die Flexibilisierung des Angebots vorgesehen, um auf die vielfältigen Bedürfnisse der Zielgruppe einzugehen.

Die Antizipation möglicher Learnings basiert auf den geplanten Zielen und Vorgehensweisen:

- **Zugänglichkeit:** Es wird erwartet, dass die einfachen Registrierungsverfahren und das Angebot sowohl virtueller als auch physischer Formate die Barrierefreiheit erhöhen.
- **Wissensvermittlung / Aufmerksamkeit:** Durch strategische Kommunikation und die Einbindung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren soll das Bewusstsein und Interesse an der Sprechstunde gesteigert werden.
- **Flexibles Angebot:** Die Feedbackmechanismen, die während und nach den Sprechstunden implementiert werden, sollen dabei helfen, das Angebot dynamisch anzupassen und zu erweitern.

Die realen Resultate und spezifischen Lernerfolge werden nach der ersten Durchführungsphase erfasst, wodurch der Ansatz verfeinert und die Effektivität der Sprechstunde gesteigert werden kann. Diese Evaluation wird entscheidend sein, um sicherzustellen, dass die Sprechstunde ihre Ziele erreicht und kontinuierlich verbessert wird.

Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks

Im Rahmen des Tasks *Awareness Raising & Initial Consultation* wurden strategische Aktivitäten wie die Customer Journey, der Gesprächsleitfaden, die Umfrage für KMU und öffentliche Einrichtungen sowie die geplante DInO-Sprechstunde zusammengeführt, um das Bewusstsein für die digitale Transformation zu schärfen und eine erste Beratung zu ermöglichen. Diese integrierte Herangehensweise hat es ermöglicht, die Zugänglichkeit zu Informationen und Beratungsangeboten signifikant zu verbessern und eine größere Zahl an Interessierten zu erreichen. Die leichte Erreichbarkeit über QR-Codes und Online-Formate trug besonders dazu bei, dass mehr Menschen aktiv einbezogen werden konnten, was nicht nur das Bewusstsein fördert, sondern auch den Einstieg in weiterführende Beratungsangebote erleichtert.

Die bewusste Nutzung zielgruppenspezifischer Kommunikationskanäle und -materialien steigerte die Effektivität der Kampagnen erheblich. Durch den Einsatz von Gesprächsleitfäden und strukturierten Umfragen konnten konsistente und nützliche Daten gesammelt werden, die für die Feinabstimmung der Dienstleistungen genutzt werden. Die verschiedenen Maßnahmen förderten einen offenen Dialog zwischen den Stakeholdern, was entscheidend ist, um Vertrauen aufzubauen und eine Basis für dauerhafte Kundenbeziehungen zu schaffen.

Die systematische Sammlung von Feedback und Daten erlaubte tiefgehende Einblicke in die Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppen, was grundlegend für die kontinuierliche Verbesserung der Angebote ist. Die Rückmeldungen aus den verschiedenen Aktivitäten zeigten, wie wichtig eine flexible Gestaltung der Angebote ist. Die Fähigkeit, schnell auf Veränderungen und neue Erkenntnisse zu reagieren, hat sich als ein kritischer Erfolgsfaktor für das Projekt erwiesen.

Insgesamt hat der Task *Awareness Raising & Initial Consultation* wesentlich dazu beigetragen, das Bewusstsein für die Bedeutung der digitalen Transformation zu erhöhen und eine effektive Erstberatung anzubieten. Die gewonnenen Erkenntnisse liefern wertvolle Ansätze für die Weiterentwicklung der Initiativen, um die digitale Kompetenz und Transformation in KMU und öffentlichen Einrichtungen weiterhin zu fördern und zu unterstützen.

Task 6.3 Events to connect digital start-ups with large & SMEs

Der Service *Events to connect digital start-ups with large & SMEs* zielt darauf ab, digitale Start-ups mit KMU und öffentlichen Verwaltungen und Kommunen zu vernetzen. Dieser Service beinhaltet die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, die eine Brücke zwischen verschiedenen Interessensgruppen schlagen, darunter KMU unterschiedlicher Branchen und Größen, sowie Kommunen in verschiedenen Bereichen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Unterstützung junger digitaler Unternehmen bei der Suche nach ihren ersten Kundinnen und Kunden sowie der Vernetzung von KMU mit Anbieterinnen und Anbietern neuer digitaler Lösungen.

Die Zielgruppe dieses Tasks umfasst ein breites Spektrum an Akteurinnen und Akteuren im regionalen Innovationsökosystem, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Start-ups, kleine und mittlere Unternehmen verschiedener Branchen und Größen sowie öffentliche Einrichtungen verschiedener Art. Die Zielsetzung ist die Förderung der digitalen Transformation und die Verbesserung der digitalen Kompetenzen dieser Akteurinnen und Akteure, um die regionale Wirtschaft zu stärken und die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen.

Die Ausgangssituation, auf der dieser Task aufbaut, ist die Notwendigkeit, die digitale Reife regionaler Wirtschaftsakteurinnen und -akteure zu erhöhen und die Zusammenarbeit zwischen Start-ups, KMU und Kommunen zu fördern, um innovative digitale Lösungen effektiv zu nutzen und zu implementieren. Dieser Task ist somit ein zentraler Bestandteil des Gesamtziels des Projekts, ein starkes Innovationsökosystem aufzubauen, das die digitale Transformation in der Region vorantreibt und unterstützt. Veranstaltungsformate können dabei unterschiedlichster Art sein. Einige Veranstaltungen werden online oder in hybriden Formaten durchgeführt. Bei der Datensammlung wird selbstverständlich auf die Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) geachtet.

Durch die Initiierung dieser Veranstaltungen wird nicht nur das Innovationsökosystem gestärkt, sondern auch ein direkter Beitrag zur Förderung der digitalen Transformation und Innovationskraft in den ländlichen Regionen Ostbayerns geleistet. Dies unterstützt langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der Region durch die Vernetzung und Aktivierung von Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen sowie die Förderung einer lebendigen Start-up-Kultur.

Ein wichtiger Faktor in der Arbeit in diesem Service ist die Tatsache, dass eine Vielzahl an ähnlichen Angeboten und somit eine Übersättigung des Veranstaltungsmarkts vorhanden ist. Die Lücken in diesen Angeboten zu identifizieren und zu füllen ist eine der Hauptaufgaben im beschriebenen Service.

ChatGPT für die öffentliche Verwaltung – Online-Veranstaltung am 17. April 2024

Der Einsatz von KI-Anwendungen im Berufsleben stellt einen Wendepunkt dar, auch und vielleicht gerade in der öffentlichen Verwaltung, wo das Potenzial für eine effizientere Gestaltung von Dienstleistungen und eine verbesserte Bürgerinneninteraktion enorm ist. Doch wie lässt sich diese neue Technologie in die alltäglichen Abläufe einbinden? Welche Chancen

eröffnet der Einsatz von KI für eine zukunftsorientierte, bürgernahe Verwaltung? Und wie komplex sind die technischen Anforderungen tatsächlich?

So lautete der Einladungstext für die erste Veranstaltung im Task Matchmaking Start-ups with SME. Durch die Fragestellungen in der Formulierung konnte die Zielgruppe öffentliche Verwaltung gezielt angesprochen werden.

Es handelte sich um eine Online-Veranstaltung für die öffentliche Verwaltung zur Integration und Vorteilen von KI in Verwaltungsprozessen.

Der Speaker (Gründer und CEO eines Software-Start-ups mit KI-Bezug) bot Einblicke in gängige KI-Anwendungen und zeigte Fallstudien. Zielgruppe waren Mitarbeitende und Entscheidungsträgerinnen und -träger der öffentlichen Verwaltung.

Ziel:

Ziel dieser ersten Veranstaltung war vorrangig die Sichtbarmachung von DInO und seinen Services. Durch die Kooperation der Konsortialpartner konnte gewährleistet werden, dass verschiedene Services vorgestellt werden und die Teilnehmenden der Veranstaltung einen Verweis auf weitere Aktivitäten innerhalb von DInO bekommen.

Zielgruppe dieser Veranstaltung war die öffentliche Verwaltung. Diese sollte durch die Veranstaltung erste Berührungspunkte mit dem Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) bekommen und Anhaltspunkte geliefert bekommen, wie KI in der öffentlichen Verwaltung implementiert werden kann.

Ein zentrales Ziel dieses Services ist die Vernetzung von Start-ups mit Kommunen. Durch die Einbindung eines Referenten aus einem Start-up konnte dieses Ziel erreicht werden.

Planung und Durchführung:

Die Planung der Veranstaltung begann im Februar 2024. Sie fand online statt, um eine breite Teilnahme im Zielgebiet Ostbayern zu sichern. Die Konzeption der Veranstaltung erfolgte im Rahmen des Arbeitspakets WP6, wobei ein externer Referent über das baioSphere-Netzwerk der Bayerischen KI-Agentur gewonnen und Best-Practice-Beispiele der Stadtverwaltung München integriert wurden. Durch die Veranstaltung wurde eine gezielte Vernetzung zwischen einem Software-/KI-Start-up und verschiedenen öffentlichen Verwaltungen realisiert.

Die Durchführung wurde von Seiten der Bayerischen KI-Agentur geleitet: Die Moderation wurde durch eine Mitarbeiterin geleistet, weiterhin wurden die Teilnehmenden begrüßt und durch Einstiegsfragen live der Kenntnisstand zum Thema KI erfragt. Auch die Diskussions-/Fragerunde zum Ende der Veranstaltung wurde erfolgreich geleitet und moderiert.

Resultat / Learnings:

Die hohe Zahl an Anmeldungen sowie die Tatsache, dass alle angemeldeten Personen zur Online-Veranstaltung erschienen sind, verdeutlicht, dass eine hohe Nachfrage nach dem angebotenen Thema bestand. Insgesamt haben 54 Personen teilgenommen, 11 davon können dem DInO-Konsortium zugeordnet werden.

Die Zusammenarbeit innerhalb des Konsortiums war maßgeblich dafür verantwortlich, dass die Zielgruppe gezielt angesprochen und angeworben werden konnte. Das Kollegium der TH Deggendorf konnte über einen internen E-Mail-Verteiler Kommunen in oberpfälzischen und niederbayerischen Landkreisen kontaktieren und so viele Teilnehmende gewinnen.

Auch die Rückmeldung während und nach der Veranstaltung war ausschließlich positiv: Zunächst zeigte sich während einer Abfrage von Vorwissen zu KI, dass die Vorsondierung und -definition für die Aufbereitung des Referenten gelungen war. Die Zielgruppe hatte wenig bis kein Vorwissen zur Nutzung von KI-Anwendungen im Arbeitsalltag und zeigte dies auch im Laufe der Veranstaltung, als konkrete Fragen zum Einstieg in die Nutzung dieser Tools gestellt wurden. Diese Fragen waren auf Einstiegsniveau ohne tiefgreifende Erfahrungen zu verorten.

Digitale Kaffeepause – 15. Mai 2024 *Künstliche Intelligenz: Bin ich dafür schon digital genug?*

DInO und zwei ostbayerische Landkreise initiieren partnerschaftlich eine informative Webinarreihe zum Thema Digitalisierung von Unternehmen. Angesichts der rasanten Entwicklungen im digitalen Zeitalter sehen die beteiligten Akteurinnen und Akteure die Notwendigkeit, lokale Unternehmen bei der Anpassung an die sich wandelnde Geschäftswelt zu unterstützen.

Die Webinarreihe unter dem Motto *Digitale Kaffeepause*, die im monatlichen Rhythmus ab Mai 2024 startet und vorerst bis Dezember 2024 dauert, bietet Unternehmen die Möglichkeit, von Expertinnen und Experten aus verschiedenen Bereichen der Digitalisierung zu lernen und sich mit bewährten Praktiken vertraut zu machen. Vorkenntnisse sind hierbei von Seiten der Teilnehmenden nicht notwendig.

Die erste Veranstaltung am 15. Mai 2024 wurde von der Bayerischen KI-Agentur durchgeführt. Zielgruppe dieser Veranstaltung waren KMU in Ostbayern. Diese sollte durch die Veranstaltung erste Berührungspunkte mit dem Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) bekommen und Anhaltspunkte geliefert bekommen, wie KI in ihren Unternehmen implementiert werden kann.

Ziel:

Die Ziele dieser Initiative waren vielfältig: Vor allem sollte die Sichtbarkeit von DInO und seinen Dienstleistungen in den beiden beteiligten Landkreisen erhöht werden. Bei der Veranstaltung am 15. Mai 2024 stand die Vernetzung von Start-ups mit KMU im Vordergrund. Durch den Referenten aus einem KI-Start-up konnte diese Verbindung gewährleistet werden.

Die Veranstaltung sollte insbesondere KMU sowie zweitrangig auch öffentlichen Verwaltungen helfen, die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern und künstliche Intelligenz sinnvoll einzusetzen. Hierfür wurden Best-Practice-Beispiele vorgestellt, die den Teilnehmenden konkrete Anwendungsmöglichkeiten aufzeigten.

Planung und Durchführung:

Die Planung und Durchführung der Reihe wurde von der Wirtschaftsförderung bzw. dem Landratsamt der beiden beteiligten Landkreise initiiert und die Veranstaltungen selbst vom DInO-Konsortium durchgeführt und geleitet. Die Konsortialpartner sind verantwortlich für das Gesamtkonzept sowie die inhaltliche Ausgestaltung der Webinare. Die einzelnen Services des Konsortiums werden durch die jeweils zuständigen Partnerinnen und Partner vorgestellt, sowie gegebenenfalls inhaltlich ergänzt durch

externe Referentinnen und Referenten. Die Organisation der Reihe Digitale Kaffeepause findet in enger Abstimmung mit WP7 im DInO-Projekt statt, um die Kommunikation und Verbreitung der Services zielgerichtet zu unterstützen.

Ab Mai 2024 und bis Dezember desselben Jahres finden die Webinare monatlich statt, wobei eine Sommerpause im August und September eingelegt wird. Eine Ausweitung auf Zielgruppen weiterer Landkreise ist bereits angedacht.

Die erste Veranstaltung wurde im Mai durch die Bayerische KI-Agentur konzipiert und geleitet. Die Moderation wurde durch eine Mitarbeiterin geleistet, weiterhin wurden die Teilnehmenden begrüßt und durch Einstiegsfragen live der Kenntnisstand zum Thema KI erfragt. Auch die Diskussions-/Fragerunde zum Ende der Veranstaltung wurde erfolgreich geleitet und moderiert.

Resultat / Learnings:

Insgesamt konnten durch die erste Veranstaltung am 15. Mai 19 Interessierte aus KMU und Verwaltungen des ostbayerischen Raums erreicht werden. Weiterhin nahmen fünf Mitarbeitende aus dem DInO-Konsortium teil. Die Einstiegsfragen zum Thema KI zeigten in dieser Veranstaltung, dass die Teilnehmenden einen insgesamt höheren Kenntnisstand zu KI hatten als die Teilnehmenden aus der Veranstaltung vom 17. April. Dies ist eine wertvolle Information für weitere Veranstaltungen im Themenbereich künstlicher Intelligenz, damit die Inhalte dem Kenntnisstand der Teilnehmenden angepasst werden kann.

Die bisherigen Erfahrungen in der Veranstaltungsorganisation zeigen, dass die Zusammenarbeit innerhalb des DInO-Konsortiums gut funktioniert, allerdings können in manchen Fällen Abstimmungsprozesse verlangsamend wirken, besonders, wenn schnell Entscheidungen oder Informationen benötigt werden. Die Kommunikation wird zentral über eine Ansprechpartnerin gebündelt, was für externe Beteiligte von Vorteil ist, jedoch intern die Gefahr birgt, zu Informationsverlusten zu führen. Hier wird noch nach optimalen Kommunikationswegen gesucht, um eine Überflutung mit E-Mails zu vermeiden, während gleichzeitig ausreichend Informationen bereitgestellt werden. Auch die parallele Nutzung von E-Mails und Microsoft Teams als Kommunikationskanäle kann dazu führen, dass Informationen an einzelnen Stellen nicht alle notwendigen Adressatinnen und Adressaten erreichen.

Das Konsortium nutzt seine umfangreichen und unterschiedlichen Netzwerke effektiv, um über Mailinglisten und Social-Media-Kanäle eine breite Öffentlichkeit zu erreichen und Reichweite zu erzielen.

Gerade durch die Verbreitung durch die Kommunikationsstellen der Wirtschaftsförderung und des Landratsamts der beteiligten Landkreise konnten gezielt KMU in der ostbayerischen Zielregion von DInO angesprochen und erreicht werden.

***baiosphere* KI-Kompass - Kick-Off am 17. Mai 2024**

Mit dem *baiosphere* KI-Kompass will die Bayerische KI-Agentur im Rahmen des DInO-Projekts Unternehmen ermutigen und motivieren, den schnellen Einstieg in das Thema KI anzugehen und Ängste und Unsicherheiten abzubauen.

baiosphere ist das Bayerische KI-Netzwerk und eine eingetragene Marke des Freistaats Bayern. Das Bayerische KI-Netzwerk ist entstanden auf Initiative des Bayerischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst, des Bayerischen Staatsministeriums für Digitales und des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie.

Der KI-Kompass bietet kostenfreie Unterstützung für KMU, Start-ups und öffentliche Verwaltung und hat dabei drei grundlegende Ziele:

- Gründe für den Einsatz von KI im Unternehmen sichtbar machen.
- Aufklären, welche Aspekte es dabei zu berücksichtigen gibt.
- Weiterleitung an Kompetenzstellen.

Um das Projekt bekannt zu machen und gleichzeitig bereits von Beginn an für die Zielgruppe bestmöglich zu optimieren, wurde der *baiosphere KI-Kompass* in einer ersten Informationsveranstaltung am 17. Mai 2024 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren erstmalig präsentiert und entsprechendes Feedback eingeholt. Bereits ab diesem Zeitpunkt bot die KI-Agentur Unterstützung bei thematisch passenden Veranstaltungen der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren an. Von Anfang an wurde die Initiative unterstützt von einem KI-Start-up-Gründer, der sich mit Strategieberatung für KMU beschäftigt: Sowohl die inhaltliche Unterstützung als auch ein Speaker-Slot im Rahmen der Veranstaltung wurden von ihm begleitet. Somit ist auch hier eine erfolgreiche Vernetzung zwischen Start-ups und KMU umgesetzt worden.

Ziel:

Das Hauptziel der Veranstaltung bestand darin, Multiplikatoren mit einem Start-up für KI-Strategie zu vernetzen sowie Gründerzentren gezielt Informationen und Unterstützung in entsprechenden Fragestellungen für ihre jeweilige Zielgruppe an die Hand zu geben. DInO und der KI-Kompass teilen das gemeinsame Ziel, die digitale Kompetenzentwicklung in Bayern zu fördern.

Dabei wurde großer Wert daraufgelegt, aktuelle Themen wie die KI-Verordnung der EU aufzugreifen und umfassende Informationen zu KI-Themen bereitzustellen. Weiterhin sollten Netzwerkmöglichkeiten für alle relevanten Akteurinnen und Akteure im KI-Ökosystem geschaffen und durch den Transfer von Wissen die wirtschaftliche Entwicklung von Unternehmen gefördert werden.

Planung und Durchführung:

Die Kick-Off-Veranstaltung des *baiosphere KI-Kompass* fand am 17. Mai 2024 statt und zielte darauf ab, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus der bayerischen Wirtschaft zu informieren und ihnen die ersten Einblicke in die Inhalte des KI-Kompass zu gewähren. Unter anderem wurden alle Bayerischen Gründerzentren eingeladen, um der Start-up-Szene in (Ost-)Bayern zielgerichtet Unterstützung bei KI-Themen anbieten zu können.

Die Veranstaltung fand in München als Präsenzveranstaltung mit zahlreichen Vernetzungsmöglichkeiten statt und nutzte die Expertise von externen Fachleuten zu verschiedenen Schwerpunktthemen. Zu Beginn der Veranstaltung wurde das DInO-Projekt mit seinen Services vorgestellt und war vielfältig sichtbar im Veranstaltungsraum durch Roll-ups, Flyer, Merchandising-Artikel, Logos etc. platziert. Neben dem bereits zuvor genannten strategischen Partner des Projekts, dem KI-Start-up-Gründer, konnte

ein renommierter Experte für das Thema Recht und Regulation aus dem universitären Umfeld als Speaker gewonnen werden. Diese Kooperationspartnerschaften werden auch nach der Veranstaltung für die Tätigkeiten und Vernetzungsmöglichkeiten innerhalb des *baiosphere KI-Kompass* bestehen bleiben.

Resultat / Learnings:

Insgesamt nahmen 45 Personen an der Veranstaltung teil. Die Rückmeldung sowohl während als auch im Nachgang der Veranstaltung war durchweg positiv. Vor allem die Örtlichkeit und die Gesamtorganisation wurden gelobt, aber auch die Auswahl der Themen Strategie und Recht als erste Schwerpunktthemen wurde hervorgehoben. Weitere Veranstaltungen zu weiteren KI-Schwerpunktthemen sind bereits in Planung. Dadurch, dass die Veranstaltung an einem Freitagvormittag vor den beginnenden Schulferien in Bayern stattfand, konnten letztendlich weniger Personen erreicht werden, als ursprünglich erwartet. Diese Erkenntnis wird bei der Planung weiterer Veranstaltungen miteinbezogen.

DInO hat durch seine Vernetzungsarbeit in Bayern eine hohe Nachfrage nach Informationen zu aktuellen Digitalisierungs- und KI-relevanten Themen vor allem aus der regionalen Wirtschaft festgestellt. Ein Thema, das in besonderem Maße zu Unsicherheit und Informationswunsch führt, ist die neue KI-Verordnung (AI-Act) der Europäischen Union, weshalb der inhaltliche Fokus der ersten Veranstaltung auf Recht und Regulation gelegt wurde. Auch hier war die Rückmeldung sehr positiv, da den teilnehmenden Personen und Unternehmen durch den Vortrag eine kompakte Informationsgrundlage gegeben wurde.

Der KI-Kompass bietet als Antwort auf die Nachfrage zu KI-Themen eine wichtige Orientierungshilfe und zeigt gezielt Angebote von Dienstleisterinnen und Dienstleistern innerhalb der bayerischen KI-Landschaft auf. Die Informationen werden zielgruppengerecht und bedarfsorientiert angeboten. Durch die von Expertinnen und Experten kuratierten Materialien zu vielen zentralen Fragestellungen und Themen im Bereich der Künstlichen Intelligenz etabliert sich DInO mit seinem Konsortialpartner Bayerische KI-Agentur auch weiterhin als zentraler Knotenpunkt im bayerischen KI-Netzwerk.

Sichtbarmachung und aktive Vernetzung von Start-ups in *baioscope* (Arbeitstitel)

baioscope ist der vorläufige Projektname des geplanten bayerischen KI-Chats, der das vielfältige bayerische KI-Ökosystem *baiosphere* durchsuchbar macht.

Ziel:

Das Hauptziel von *baioscope* ist die Bereitstellung von Fachauskünften zum Thema Künstliche Intelligenz und somit die Kompetenzsteigerung und Vernetzung von und für Start-ups und KMU.

Die DInO-Konsortialpartner werden zusammen mit vertrauenswürdigen Netzwerkpartnerinnen und -partners eine Sammlung von Basiswissen (z.B. Whitepaper, Fachartikel, Gesetzestexte, Webseiten, etc.) erstellen, die zum Trainieren der KI

verwendet wird. *baioscope* verarbeitet dieses umfangreiche Wissensmaterial und gibt im Chat in verständlicher Sprache Auskunft darüber.

Ein weiteres Ziel ist es, Empfehlungen von Lösungspartnerinnen, -partnern und Fachpersonal bereitzustellen. Lösungspartnerinnen, -partner und Fachpersonal können sich über das CRM-System der Bayerischen KI-Agentur selbst registrieren und ihre Profilinformation ablegen. Die CRM-Datenbank dient als verlässliche Datenquelle für den KI-Chat und als Basis für die Weiterempfehlung. *baioscope* wird in einer späteren Version eigenständig das Netzwerk durchsuchen können und weitere Lösungspartnerinnen und -partner vorschlagen.

Planung und Durchführung:

baioscope richtet sich an verschiedene Zielgruppen: Dazu gehören kleine und mittelständische Unternehmen, Start-ups sowie Einzelakteurinnen und -akteure, die einen umfassenden Überblick über das Ökosystem erhalten möchten. Ebenso spricht es Studierende an, die zuverlässige Informationen über berufliche Perspektiven im Bereich Künstliche Intelligenz suchen. *baioscope* wird auch eng in den *baiosphere KI-Kompass* eingebunden und bietet bei allen neun Schwerpunktthemen die Möglichkeit, zu weiterführender Literatur, Links, Expertinnen und Experten, etc. geleitet zu werden.

Durch das vielfältige Angebot an Informationen sowie die Bereitstellung von Kontakten in Digitalisierungs- und KI-Themen unterstützt *baioscope* Start-ups und KMU in ganz Bayern, sich zu vernetzen, Speaker zu vermitteln oder zu finden. Durch den dadurch ermöglichten Austausch von Kompetenzen und Kontakten wird der digitale Reifegrad in Bayern erhöht.

Über die Zeit wird *baioscope* das Bayerische KI-Ökosystem immer detaillierter abbilden und kann über das Thema KI weitreichend Auskunft geben, z.B. bei der Suche nach Professuren, Unternehmen und Ereignissen, aber auch über Fachinhalte und allgemeinen Fragen zur Künstlichen Intelligenz.

Die leicht zu bedienende Benutzeroberfläche setzt keine technischen Fähigkeiten voraus und ermöglicht eine intuitive Chat-Erfahrung mit natürlicher Sprachverarbeitung. Darüber hinaus ist geplant, das bayerische KI-Netzwerk auch in einer Landkarten-Ansicht darzustellen.

Das System nutzt ausschließlich verifizierte und kontrollierte Datenquellen, um Genauigkeit und Zuverlässigkeit sicherzustellen. Zudem werden regelmäßige Updates und Faktenprüfprotokolle durchgeführt, um den höchsten Standard der Informationsintegrität aufrechtzuerhalten.

Resultat / Learnings:

Das Projekt *baioscope* befindet sich derzeit noch in einer frühen Phase. Es zielt darauf ab, eine führende Rolle bei der Strukturierung und dem Zugang zu Wissen im Bereich künstlicher Intelligenz in Bayern zu spielen. Wenn es vollständig implementiert ist, wird erwartet, dass der *baioscope* KI-Chat durch seine Integration einer umfassenden Wissensdatenbank und die Zusammenarbeit mit Lösungspartnerinnen und Fachexperten eine robuste Informationsplattform bieten wird, die eine breite Palette von Anwendungen unterstützt.

Geplant ist, dass der KI-Chat zu einem zentralen Werkzeug für den Zugang zu verständlichen und zuverlässigen Informationen über das bayerische KI-Ökosystem wird. Die Benutzeroberfläche wird so gestaltet, dass sie keine technischen Vorkenntnisse

voraussetzt und eine intuitive Interaktion mit dem System durch natürliche Sprachverarbeitung ermöglicht. Dies wird Nutzerinnen und Nutzern helfen, effektiv und unkompliziert mit der Plattform zu interagieren.

Darüber hinaus wird die Einbindung in den *baiosphere KI-Kompass* dazu beitragen, relevante und weiterführende Ressourcen effizient zu verlinken und für die Nutzerinnen und Nutzer leicht zugänglich zu machen. Die regelmäßigen Updates und die strengen Faktenprüfprotokolle, die Teil des Systems sein werden, sollen sicherstellen, dass die Qualität und Aktualität der bereitgestellten Informationen stets auf höchstem Niveau bleiben.

Es wird erwartet, dass durch diese Initiativen das Vertrauen und die Zuverlässigkeit in das System gestärkt werden, wodurch *baioscope* zu einem unverzichtbaren Bestandteil des KI-Ökosystems in Bayern wird. Die Planung sieht vor, dass durch die dynamische und ständig erweiterte Wissensdatenbank sowie durch die gezielte Förderung von Netzwerken zwischen Wissenschaft und Wirtschaft das Projekt nachhaltig zur Förderung des technologischen Fortschritts und zur Wissensverbreitung in der Region beitragen wird.

Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks

Der Service *Events to connect digital start-ups with large & SMEs* widmet sich der Förderung von Vernetzungsveranstaltungen, die darauf abzielen, digitale Start-ups, KMU sowie kommunale und öffentliche Verwaltungen miteinander zu verbinden. Die Kernziele bestehen in der Stärkung der regionalen Wirtschaft durch digitale Transformation und die Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit der beteiligten Akteurinnen und Akteure. Die vier beschriebenen Aktivitäten – Online-Veranstaltung zur KI in der öffentlichen Verwaltung, digitale Kaffeepause zur Digitalisierung von KMU, *baiosphere KI-Kompass* zur KI-Integration in Unternehmen und der *baioscope* KI-Chat als Informationsplattform – verdeutlichen das Bestreben, KI-Lösungen breit und effektiv einzusetzen.

Die Veranstaltungen zeigen, dass eine erfolgreiche intersektorale und interdisziplinäre Zusammenarbeit wesentlich zur Erreichung der Ziele beiträgt. Durch die Kooperation zwischen verschiedenen Arbeitspaketen, insbesondere bei der Abstimmung von Verantwortlichkeiten und Schnittmengen, konnte ein umfassendes Angebot geschaffen werden, das auf größere Veranstaltungen und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren fokussiert war. Die Nutzung von Synergien zwischen verschiedenen Sektoren und die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Wissen haben sich als besonders wertvoll erwiesen.

Eine der Schlüsselaufgaben besteht darin, bestehende Lücken im Angebotsportfolio zu identifizieren. Trotz eines breiten vorhandenen Angebots wurden spezifische Bedarfe erkannt, die noch nicht abgedeckt waren, insbesondere in den Bereichen der Digitalisierung, die über den unmittelbaren KI-Einsatz hinausgehen. Die KI-Agentur hat gezeigt, dass eine gezielte Integration von KI in bestehende Angebote nicht nur machbar, sondern auch dringend erforderlich ist, um die Dienstleistungen zukunftsfähig zu gestalten und die Nachfrage effektiv zu bedienen.

Durch die Durchführung der geplanten Veranstaltungen wurde erfolgreich eine Plattform geboten, auf der Start-ups direkten Zugang zu KMU und öffentlichen

Verwaltungen erhalten haben. Insbesondere der Einsatz von KI in der öffentlichen Verwaltung und in KMU wurde intensiv gefördert, wodurch neue Kooperationsmöglichkeiten, u.a. mit Start-ups, entstanden sind. Diese Vernetzungen sind essenziell, um innovative digitale Lösungen breiter zu implementieren und die digitalen Kompetenzen der beteiligten Akteurinnen und Akteure systematisch zu erweitern.

Weiterhin haben die Erfahrungen aus den Veranstaltungen und Projekten gezeigt, dass nachhaltige Strukturen geschaffen wurden, die im weiteren Verlauf des DInO-Projekts im Task und darüber hinaus weiterwirken. Die Einrichtung von ständig aktualisierten Informations- und Vermittlungsplattformen wie *baioscope* und der kontinuierliche Ausbau des *baiosphere KI-Kompass* sind Beispiele für Maßnahmen, die langfristig zur Stärkung des regionalen Innovationsökosystems beitragen werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die umgesetzten Maßnahmen und die daraus resultierenden Learnings die Bedeutung einer gut koordinierten, bedarfsorientierten und technologiegestützten Herangehensweise bei der Förderung der digitalen Transformation stärken. Die effektive Vernetzung von Start-ups mit etablierten KMU und öffentlichen Verwaltungen trägt maßgeblich zur Stärkung der regionalen Innovationsfähigkeit und zur nachhaltigen Entwicklung der digitalen Wirtschaftslandschaft bei. Die Integration von KI-Technologien in verschiedene Sektoren zeigt auch, dass die Zukunft der regionalen Wirtschaft stark von der Weiterbildung und dem technologischen Fortschritt abhängig sein wird.

Task 6.4 Rural Region Early Adopter Testpool

Der Service *Rural Region Early Adopter Testpool* zielt auf die Entwicklung eines Testpools ab, der diverse Zielgruppen in ländlichen Grenzregionen sowie Unternehmen und Forschungseinrichtungen beinhaltet. Dieses Vorhaben verfolgt das Ziel, das Bewusstsein und die Akzeptanz von Digitalisierung und KI-Anwendungen zu fördern und richtet sich an Kommunen, sowie Einzelpersonen wie Bürgerinnen und Bürger (z.B. ältere Menschen, Studierende, Familien), und Institutionen wie Forschungseinrichtungen und Unternehmen, die an der Entwicklung digitaler/KI-Produkte sowie wissenschaftlicher Erkenntnisse teilnehmen möchten. Das Hauptziel dieses Vorhabens ist es, eine inklusive und partizipative Entwicklung und Implementierung digitaler Technologien und KI-Anwendungen in ländlichen Regionen zu fördern.

Da die Ausgangssituation zeigt, dass digitale Dienste in ländlichen Bereichen aktuell noch schlecht verfügbar sind, wird dieses Defizit schwerpunktmäßig adressiert. Durch einen niedrigschwelligen Ansatz, bei dem Bürgerinnen und Bürger, Mitarbeitende von Unternehmen, Studierende etc. eingeladen werden, neue Produkte zu testen, und Unternehmen die Möglichkeit erhalten, die Nachfrage und den Nutzen von Anwendungen in ländlichen Bedingungen besser zu bestimmen, soll der Testpool die Digitalisierung ländlicher Gebiete vorantreiben.

Die Zielgruppe umfasst dabei eine breite Palette von Stakeholdern: von Einzelpersonen über kommunale Entscheidungsträgerinnen und -träger bis hin zu wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Akteurinnen und Akteuren. Die Plattform strebt danach, ein Bewusstsein für die Vorteile der Digitalisierung zu schaffen, die Akzeptanz von KI-gestützten Lösungen zu erhöhen und letztlich zur Schaffung von maßgeschneiderten Lösungen beizutragen, die die Lebensqualität in Ostbayern verbessern und neue wirtschaftliche Perspektiven eröffnen.

Entwicklung eines Workflows und Testguidelines für Entwicklerinnen und Entwickler

Um den Service bedarfsorientiert anbieten zu können, mussten zunächst die wichtigsten Rahmenbedingungen erfasst und ein Workflow erarbeitet werden. Ziel der speziell entwickelten Testguidelines sowie des Fragebogens ist, die Grundvoraussetzungen für Unternehmen abzufragen, die daraufhin über den Testpool ihre digitalen Produkte und unter den bestmöglichen Bedingungen testen können. Diese beiden Dokumente sind darauf ausgerichtet, den Unternehmen zu helfen, ihre Produkte und Anforderungen möglichst detailliert zu beschreiben, sodass für die Testung unter realen Bedingungen die geeignetste Testgruppe gefunden werden kann.

Ziel:

Das Hauptziel dieser Initiative ist es, klare Rahmenbedingungen und eine strukturierte Methode für Unternehmen zu schaffen, um den Service möglichst zielgerichtet anbieten zu können. Über den akribisch geplanten Testprozess können dann Feedback und Daten

über die Verwendung der digitalen Produkte der Unternehmen in ländlichen Gebieten gesammelt werden.

Insgesamt muss klar definiert werden, was der DInO-Service beinhaltet und wo die Unternehmen selbst tätig werden müssen: DInO stellt in diesem Fall einen Workflow und die Guidelines zur Verfügung, um den Rahmen der Zusammenarbeit zu definieren. Die Unternehmen können den weiteren Verlauf des Services gezielt durch ihre Angaben im Fragebogen steuern.

Der Fragebogen wird in der Umsetzung und bei Abschluss des Service dazu beitragen, detaillierte Einsichten in die Benutzerinnenakzeptanz und die Effektivität der Produkte zu gewinnen, während die Richtlinien den Unternehmen helfen werden, im Vorfeld die Qualität und Quantität der gesammelten Daten zu bestimmen. Die beiden entwickelten Tools sollen nicht nur den Testpool und damit letztendlich die Produkte verbessern, sondern auch sicherstellen, dass diese den spezifischen Anforderungen und Bedingungen ländlicher Märkte gerecht werden.

Planung und Durchführung:

Der Entwicklung des Fragebogens und der Richtlinien ging eine gründliche Analyse der Zielmarktbedürfnisse sowie der spezifischen Herausforderungen, die mit der Digitalisierung in ländlichen Regionen verbunden sind, voraus. Auf Basis dieser Erkenntnisse wurde ein Prozess entwickelt, über den die interessierten Unternehmen in den gemeinsamen Besprechungen informiert werden. Auf Basis dieses Austauschs wurden die Fragen und Richtlinien entwickelt und an die Bedürfnisse der Unternehmen angepasst, die dann zunächst in einer Pilotphase getestet werden. Diese Phase ist kritisch, um sicherzustellen, dass die Instrumente in der Lage sind, relevante und verwertbare Daten zu liefern. Nach der Pilotphase werden der Fragebogen und die Guidelines gemäß der Rückmeldung der Unternehmen angepasst.

Resultat / Learnings:

Es war zunächst kein einfaches Unterfangen, einen Prozess und ein Format für Tests zu entwickeln, ohne die genauen Bedürfnisse der Unternehmen zu kennen, die die Testpersonen suchen. Deshalb war und ist es auch weiterhin sinnvoll, Gespräche zu führen, um die Bedarfe zu erfassen und daran angepasst die Richtlinien zur Vorbereitung des Testpools auszuformulieren und den Arbeitsprozess insgesamt gegebenenfalls anzupassen.

Die Ergebnisse aus den durchgeführten Tests und den Rückmeldungen der Unternehmen zu dem Testpool und der Auswahl der Testpersonen werden wertvolle Einblicke in die Anwendbarkeit und Wirksamkeit digitaler Produkte bieten. Die Learnings aus dem noch andauernden Prozess zeigen, dass der speziell entwickelte Fragebogen und die Richtlinien entscheidend sind, um den Unternehmen präzise und handlungsorientierte Informationen zu liefern. Der Service kann nun, nach der wichtigen Konzeptionsphase, auf dem Markt angeboten werden und den Unternehmen helfen, verbesserte Produkte herzustellen, die auf die Bedürfnisse der ländlichen Bevölkerung abgestimmt sind und schließlich auch zu einer stärkeren Marktdurchdringung und Kundenzufriedenheit in den ostbayerischen Zielgebieten führen.

Aufbau eines Netzwerks von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren

Diese Aktivität zielt darauf ab, ein robustes Netzwerk von Schlüsselpersonen zu etablieren. Diese Multiplikatorinnen und Multiplikatoren werden eine zentrale Rolle im Rahmen des Testpool-Services spielen, indem sie die Vorteile und Möglichkeiten des Testpools in ihren Netzwerken verbreiten und somit zur Steigerung der Akzeptanz und Nutzung des Services beitragen.

Ziel:

Das Hauptziel dieser Aktivität ist es, durch den Aufbau eines Netzwerks von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren die Reichweite und die Effektivität des Testpools zu erhöhen. Diese Multiplikatorinnen, darunter Handwerkskammern, Landratsämter sowie Hochschulvertretungen, sollen befähigt werden, Informationen und Ressourcen gezielt innerhalb ihrer Netzwerke zu teilen. Dies soll helfen, eine breite Basis von Unterstützung und Teilnahme am Testpool zu gewährleisten. Das DInO-Team ist insbesondere dafür verantwortlich, den Service bestmöglich und so prägnant wie möglich zu beschreiben, z.B. in einem One-Pager zur Übersicht. Auch die Erstellung von zielgruppengerechten Flyern zur Auslage bei den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren ist Teil dieser Aktivität.

Planung und Durchführung:

Die Planung dieser Aktivität umfasst die Identifikation und Auswahl geeigneter Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die sowohl Einfluss als auch ein starkes Interesse an der Förderung der Digitalisierung in ihren Regionen haben. Dazu gehören z.B. regionale Handwerkskammern, Gründerzentren und Verbände. Es folgen individuelle Informationsgespräche, in denen die Schlüsselpersonen dieser Institutionen über die Ziele, die Funktionsweise und die Vorteile des Testpools aufgeklärt werden. Die Durchführung des Services umfasst regelmäßigen virtuellen Austausch, um das Netzwerk aktiv und engagiert zu halten.

Ein wichtiger Faktor für den Erfolg des Services ist die Aufbereitung der erfassten Daten im Prozess der Kontaktpflege: Zur effizienten Verwaltung des Netzwerks von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wird das hausinterne CRM-System genutzt. Die Kontakte werden dabei mit spezifischen, thematischen Tags versehen, was eine themenorientierte Durchsuchbarkeit ermöglicht. Dies erleichtert das gezielte Finden und Ansprechen von Netzwerkmitgliedern basierend auf deren spezifischen Interessen und Fachgebieten. Durch diese systematische Erfassung und Kategorisierung kann das Netzwerk dynamisch gepflegt und effektiv genutzt werden, um den Testpool-Service optimal zu fördern.

Resultat / Learnings:

Es ist zu erwarten, dass die Ergebnisse dieser Aktivität eine messbare Steigerung in der Bekanntheit und Nutzung des Testpools durch die Zielgruppen der beteiligten Landkreise zeigen werden. Durch das Feedback der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren können weitere Anpassungen und Verbesserungen am Testpool vorgenommen werden, um dessen Effektivität und Nutzerfreundlichkeit kontinuierlich

zu verbessern. Die Learnings aus dem Aufbau und der Pflege des Netzwerks tragen dazu bei, die Methoden zur Community-Einbindung und zur Förderung technologischer Initiativen zu verfeinern. Die gesammelten Daten der Netzwerkvertreterinnen und -vertreter können außerdem auch für andere DInO-Services wertvoll sein.

Digitale Kaffeepause am 11. Dezember 2024: *Ist mein Produkt schon reif für den Markt? Testen Sie es aus!*

Die Veranstaltung *Ist mein Produkt schon reif für den Markt? Testen Sie es aus!* aus der Reihe *Digitale Kaffeepause* (siehe 6.3) bietet Unternehmen aus den ostbayerischen Landkreisen die Gelegenheit, sich über den DInO-Service in einer kurzen und niedrigschwelligen Veranstaltung zu informieren. Diese Veranstaltung wird durch die Bayerische KI-Agentur organisiert und in Kooperation von den Landkreisen Kelheim und Regensburg unterstützt.

Ziel:

Ziel der Veranstaltung ist es, den Unternehmen anzubieten, qualifiziertes Feedback zur Funktion und Akzeptanz ihrer Produkte direkt von ihrer Zielgruppe zu ermöglichen. In der Veranstaltung wird DInO in Form des Konsortialpartners Bayerische KI-Agentur den genauen Ablauf des Testprozesses erklären und auf Fragen zum Service eingehen. Der Service insgesamt soll die Produktqualität verbessern und die Unternehmen dabei unterstützen, die Marktreife ihrer Produkte vor der offiziellen Markteinführung zu optimieren.

Planung und Durchführung:

Die Planung und Durchführung der Veranstaltung erfolgen in enger Zusammenarbeit zwischen den beteiligten ostbayerischen Landkreisen und der Bayerischen KI-Agentur. Die Unternehmen erhalten gezielte Informationen zum Ablauf der Inanspruchnahme des Services, die darauf abzielen, die Teilnehmenden mit den notwendigen Tools und Techniken für effektives Feedback-Management auszustatten. Die 30minütige Veranstaltung findet virtuell statt, um eine breite Teilnahme zu ermöglichen. Sollten Rückfragen bestehen oder konkretes Interesse an dem Service geäußert werden, organisiert die Bayerische KI-Agentur Beratungsgespräche mit den interessierten Unternehmen.

Resultat / Learnings:

Die Rückmeldungen und Daten, die aus den Produkttests gewonnen werden, sind entscheidend für die Weiterentwicklung und Optimierung der digitalen Produkte. Die Learnings aus dieser Veranstaltung ermöglichen es den Unternehmen zu entscheiden, ob ihnen der Testpool-Service für ihre individuelle Produktentwicklung helfen kann.

Die Aufgabe des DInO-Teams ist es, den Mehrwert des Services in den Vordergrund zu stellen, nämlich, dass die Unternehmen ihre Produkte effektiver an die Bedürfnisse des Marktes und die Erwartungen der Kundinnen und Kunden anpassen können. Weiterhin ermöglicht die Rückmeldung an das DInO-Team ungefähr zur Hälfte der Gesamtprojektlaufzeit eine stetige Verbesserung des Testpool-Services.

Langfristig tragen alle genannten Faktoren zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Förderung der digitalen Transformation in den ländlichen ostbayerischen Regionen bei.

Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks

Aufgrund der komplexen Anforderungen des *Services Rural Region Early Adopter Testpool* befindet sich dieser Task aktuell im Übergang von der Planungs- in die Umsetzungsphase. Durch die bisher geleisteten Vorarbeiten sind wichtige Schritte für eine erfolgreiche Umsetzung getätigt.

Beim Testpool handelt es sich um einen Service, der sich darauf konzentriert, die digitale Transformation in ländlichen ostbayerischen Regionen durch zielgerichtete Unterstützung von Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Kommunen zu fördern. Ziel ist es, die Akzeptanz und Wirksamkeit von Digitalisierungs- und KI-Anwendungen zu verbessern und gleichzeitig die Lebensqualität und wirtschaftlichen Chancen in diesen Gebieten zu steigern.

Die Entwicklung von Workflows und Testguidelines ermöglicht es Unternehmen, ihre Produkte unter realen Bedingungen zu testen und wertvolles Feedback zu erhalten. Dieser strukturierte Ansatz soll die Produktqualität steigern und die Anpassung an die spezifischen Bedürfnisse insbesondere der ländlichen Zielgruppen erleichtern. Die intensive Zusammenarbeit mit den Unternehmen in den Planungs- und Pilotphasen wird dazu beitragen, ein tiefgreifendes Verständnis für die Marktbedürfnisse und Herausforderungen zu entwickeln, was die Effektivität des Testpools verbessern wird.

Die Veranstaltung *Ist mein Produkt schon reif für den Markt? Testen Sie es aus!* aus der Reihe *Digitale Kaffeepause* wird Unternehmen direkten Zugang zu spezialisierten Ressourcen und Expertise im Bereich der Produkttestung bieten. Organisiert von der Bayerischen KI-Agentur, wird diese Veranstaltung nicht nur wertvolles Feedback zu Produkten liefern, sondern auch ein tiefgreifendes Verständnis für die Vorteile und Möglichkeiten des Testpools vermitteln, was maßgeblich zur Steigerung der Nutzerinnenakzeptanz und zur Optimierung der Produktangebote beiträgt.

Schließlich wird der Aufbau eines Netzwerks von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wesentlich zur Verbreitung und Nutzung des Testpools beitragen. Durch Schulung und Einbindung von Schlüsselpersonen aus den Gemeinschaften wird die Reichweite und das Verständnis des Services erweitert. Die strategische Nutzung des hausinternen CRM-Systems zur effizienten Verwaltung und Kommunikation mit den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wird es ermöglichen, das Netzwerk dynamisch und effektiv zu pflegen und zu nutzen, was die gesamten Bemühungen um den Testpool stärkt.

Insgesamt zeigen diese geplanten Aktivitäten, dass eine koordinierte und zielgerichtete Herangehensweise wesentlich zur erfolgreichen Implementierung von Digitalisierungsprojekten in ländlichen Regionen beitragen kann. Die gewonnenen Erkenntnisse und das Feedback der Beteiligten werden nicht nur zur kontinuierlichen Verbesserung des Services führen, sondern auch wertvolle Einblicke in die spezifischen Anforderungen und Potenziale der Digitalisierung in diesen Gebieten liefern. Langfristig wird erwartet, dass die Initiativen die Wettbewerbsfähigkeit verbessern und die digitale Transformation in den ländlichen ostbayerischen Regionen nachhaltig fördern werden.

Gesamtfazit

Das Arbeitspaket WP6 *Innovation Ecosystem & Networking* hat im bisherigen Projektverlauf eine Vielzahl von Aktivitäten initiiert und erfolgreich umgesetzt, um die digitale Transformation in Ostbayern zu fördern. Diese Aktivitäten innerhalb der vier angebotenen Services umfassten internationale Matchmaking-Veranstaltungen, Sensibilisierungs- und Erstberatungsdienste, Events zur Vernetzung von Start-ups mit KMU und öffentlichen Einrichtungen, sowie den Aufbau eines Testpools zur Erprobung digitaler Produkte vor deren Markteintritt.

Die verschiedenen Matchmaking-Events, darunter Begegnungen mit Delegationen aus Serbien, Japan und Slowenien sowie Online-Matchmaking mit türkischen Unternehmen, ermöglichten es DInO, zahlreiche ostbayerische Unternehmen und Start-ups mit internationalen Partnerinnen und Partnern zu vernetzen. Diese Veranstaltungen boten nicht nur Plattformen für Wissenstransfer und Geschäftsanbahnungen, sondern stärkten auch die internationale Zusammenarbeit im Bereich Digitalisierung. Die positive Resonanz der Teilnehmerinnen und die Vielzahl neuer Kooperationsmöglichkeiten bestätigen die Bedeutung dieser Vernetzungsaktivitäten. Trotz organisatorischer Herausforderungen, wie der Absage der Prag-Delegation, konnten wertvolle Kontakte geknüpft und zukünftige Kooperationen initiiert werden. Die gezielte Themenauswahl und die Kooperation mit etablierten Institutionen wie Bayern International trugen dazu bei, hochwertige Kontakte zu knüpfen und den Wissenstransfer zu fördern.

Die Erst- und Sensibilisierungsberatung richtete sich gezielt an KMU und öffentliche Einrichtungen, um deren digitalen Reifegrad zu bewerten und Potenziale für Verbesserungen aufzuzeigen. Die Nutzung von standardisierten Überprüfungen und die Bereitstellung von maßgeschneiderten Empfehlungen halfen den Organisationen, ihre digitalen Fähigkeiten objektiv zu bewerten und gezielte Maßnahmen zu ergreifen. Die Nutzung digitaler Tools wie QR-Codes zur Erreichung der Zielgruppen steigerte die Effizienz und Zugänglichkeit der Angebote. Diese Beratung hat sich als wertvolles Instrument erwiesen, um KMU und öffentliche Einrichtungen auf ihrem Weg zur digitalen Transformation zu unterstützen.

Veranstaltungen wie *ChatGPT für die öffentliche Verwaltung*, die *Digitale Kaffeepause* zum Thema KI und der *baiosphere KI-Kompass* boten wertvolle Plattformen, um Start-ups mit KMU und öffentlichen Verwaltungen zu vernetzen. Diese Formate förderten den Austausch von Best Practices und die Anwendung neuer digitaler Lösungen, insbesondere im Bereich der Künstlichen Intelligenz. Die Zusammenarbeit innerhalb des DInO-Konsortiums und die Nutzung umfangreicher Netzwerke trugen wesentlich zum Erfolg dieser Veranstaltungen bei. Die Veranstaltungen zeigten, dass der Austausch von Best Practices und die Präsentation innovativer Lösungen zur Stärkung der regionalen Innovationskultur beitragen. Die vorgestellten Formate boten niedrighschwellige und informative Plattformen, die sowohl das Bewusstsein für digitale Technologien erhöhten als auch konkrete Anwendungsmöglichkeiten aufzeigten.

Weiterhin bietet der Testpool für Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte unter realen Bedingungen zu testen und wertvolles Feedback zu erhalten, was zur Produktqualität und Anpassung an ländliche Bedürfnisse beiträgt. Ziel ist es, die digitale Transformation in Ostbayern zu fördern, indem Unternehmen und Kommunen gezielt unterstützt werden. Der Testpool verbessert die Akzeptanz und Wirksamkeit von Digitalisierungs- und KI-Anwendungen und steigert gleichzeitig Lebensqualität und wirtschaftliche Chancen. Der ausgearbeitete Workflow sowie die Testguidelines und der Fragebogen ermöglichen es, die Bedarfe der Unternehmen zu erfassen und systematisieren, um einen bestmöglichen Service anbieten zu können. Veranstaltungen wie *Ist mein Produkt schon reif für den Markt? Testen Sie es aus!* bieten Unternehmen Zugang zu Ressourcen und Expertinnenfeedback. Der Aufbau eines Netzwerks von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren unterstützt die Verbreitung und Nutzung des Testpools.

Die Einrichtung von dauerhaften Informations- und Vernetzungsplattformen wie dem *baioscope* und der kontinuierliche Ausbau des *baiosphere KI-Kompass* stellen sicher, dass die erzielten Erfolge und Learnings über die Projektlaufzeit hinaus nachhaltig wirken. Diese Strukturen tragen langfristig zur Stärkung des regionalen Innovationsökosystems bei und unterstützen die kontinuierliche Weiterentwicklung der digitalen Kompetenzen in Ostbayern.

Während der ersten Hälfte der Projektlaufzeit zeigten sich einige Herausforderungen, insbesondere in der Kommunikation und Koordination zwischen den verschiedenen Beteiligten. Die Nutzung unterschiedlicher Kommunikationskanäle wie E-Mail und Microsoft Teams bot die Gelegenheit, zu Informationsverlusten zu führen. Diese Erfahrungen verdeutlichen die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Optimierung der internen Kommunikationsprozesse. Die Flexibilität und Anpassungsfähigkeit des Projektteams erwiesen sich als entscheidend für den erfolgreichen Umgang mit unerwarteten Änderungen und Herausforderungen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die im Rahmen des Arbeitspakets WP6 durchgeführten Aktivitäten und Initiativen schon in der ersten Hälfte der Projektlaufzeit maßgeblich zur Förderung der digitalen Transformation in Ostbayern beigetragen haben. Die gezielte Vernetzung, individuelle Beratung, das Angebot eines Testpools und der kontinuierliche Ausbau digitaler Kompetenzen haben sich als erfolgreiche Ansätze erwiesen, um der Region Ostbayern in der weiteren Projektlaufzeit zu einem höheren digitalen Reifegrad zu verhelfen.