

## WP6 Innovation Ecosystem and Networking

# Evaluierungsbericht zu Arbeitspaket 6

*Fortschrittsbericht zur Nutzung der Angebote in Arbeitspaket 6 einschließlich Empfehlungen zur Verbesserung der Unterstützung von KMU und des öffentlichen Sektors.*

*Deutsche Version*

WP6 - Deliverable 6.2 - 05/2026

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

<b>Einleitung</b> .....	2
<b>Task 6.1 International Matchmaking</b> .....	4
Inhaltliche Anpassungen des Tasks.....	4
Aktivitäten im Task seit 06/2024 .....	4
Empfehlungen .....	6
Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks .....	7
<b>Task 6.2 Awareness raising and initial consultation services</b> .....	8
Inhaltliche Anpassungen des Tasks.....	8
Aktivitäten im Task seit 06/2024.....	10
Empfehlungen .....	11
Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks .....	12
<b>Task 6.3 Events to connect digital startups with SMEs &amp; PSEs</b> .....	13
Inhaltliche Anpassungen des Tasks.....	13
Aktivitäten im Task seit 06/2024 .....	13
Empfehlungen .....	17
Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks .....	17
<b>Task 6.4 Rural Region Early Adopter Testpool</b> .....	19
Inhaltliche Anpassungen des Tasks.....	19
Aktivitäten im Task seit 06/2024 .....	19
Empfehlungen .....	21
Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks .....	21
<b>Gesamtfazit</b> .....	22

## Einleitung

Innerhalb des EDIH Digital Innovation Ostbayern (DInO) widmet sich das Arbeitspaket sechs „Innovation Ecosystem & Networking“ dem Aufbau eines dynamischen, regionalen Innovationsökosystems. Die Verantwortung für die Umsetzung der vier Tasks ist dabei auf mehrere Konsortialpartner verteilt: Während die Bayerische KI-Agentur (BKIA) das Arbeitspaket federführend leitet und zwei Tasks verantwortet (T6.3 - Events to connect digital startups with SMEs & PSEs und T6.4 - Rural Region Early Adopter Testpool), sind die Technische Hochschule Deggendorf (T6.2 - Awareness raising and initial consultation services) und die TechBase Regensburg GmbH, mit dem Cluster Mobility & Logistics, (T6.1 - International Matchmaking), für die Durchführung jeweils eines der vier Tasks zuständig. Diese aufgeteilte Verantwortlichkeit stellt sicher, dass das übergeordnete Ziel – die Stärkung der Digitalisierung in Ostbayern durch Vernetzung – in jeder Aktivität des Arbeitspakets fest verankert ist.

Während das vorangegangene Deliverable D6.1 („Skills & Trainings Handbook“), das im Mai 2024 eingereicht wurde, als Zwischenbericht die Aktivitäten und „Lessons Learned“ des ersten Projektjahres zusammenfasste, dient dieses Dokument als Evaluationsbericht zu drei Projektjahren von DInO. Es liefert wichtige Erkenntnisse für die Netzwerkbildung in Innovationsökosystemen. Es beschreibt umfassend die durchgeführten Aktivitäten und Maßnahmen, die zur Zielerreichung durchgeführt wurden und, soweit möglich, den erzielten Fortschritt des Arbeitspakets 6 über die Projektlaufzeit von Juni 2023 bis Mai 2026.

Um eine transparente, detaillierte und nachvollziehbare Bewertung jedes einzelnen Tasks zu gewährleisten, folgt die Analyse ebendieser einer einheitlichen und wiederkehrenden Struktur. Jeder Task wird nach den folgenden vier Kriterien evaluiert:

- **Inhaltliche Anpassungen des Tasks:** Dieser Abschnitt beleuchtet die strategische Entwicklung des Tasks. Es wird analysiert, welche Änderungen gegenüber dem ursprünglichen Antrag und den im Deliverable D.6.1 beschriebenen Planungen vorgenommen wurden. Die Gründe für diese Anpassungen – seien es veränderte Marktbedingungen, Feedback der Zielgruppe oder neue technologische Entwicklungen – werden detailliert dargelegt.
- **Aktivitäten im Task seit 06/2024:** Dieser Abschnitt dokumentiert die operative Umsetzung im zweiten und dritten Projektjahr. Hier werden die konkreten Maßnahmen, durchgeführten Veranstaltungen, Beratungen und entwickelten Materialien beschrieben. Es wird ebenfalls transparent gemacht, welche ursprünglich geplanten Aktivitäten möglicherweise nicht weitergeführt wurden und welche Gründe (z.B. mangelnde Nachfrage, strategische Neuausrichtung) zu dieser Entscheidung geführt haben.
- **Empfehlungen:** Basierend auf den gesammelten Erfahrungen und den Ergebnissen werden konkrete, handlungsorientierte Empfehlungen formuliert. Diese richten sich sowohl auf die verbleibende Projektlaufzeit als auch auf die

nachhaltige Verankerung der Services im Nachfolge-Hub „Digital Innovation and Artificial Intelligence“ (DInA).

- **Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks:** Dieses abschließende Unterkapitel fasst die wichtigsten Ergebnisse des Tasks zusammen und stellt die erreichten Key Performance Indicators (KPIs) den ursprünglichen Zielvorgaben gegenüber. Es bietet eine quantitative und qualitative Endbewertung der Leistung des jeweiligen Tasks.

Dieser Bericht fasst somit nicht nur die Ergebnisse der bisherigen dreijährigen Projektlaufzeit zusammen, sondern liefert eine kritische Gesamtevaluation und formuliert Empfehlungen für die nachhaltige Fortführung der Innovationsförderung in (Ost-)Bayern im Rahmen des Nachfolge-Hubs DInA. Im Gesamtfazit wird zu guter Letzt der Einfluss des Arbeitspakets auf die Gesamtprojektziele von DInO eingeordnet: Es wird analysiert, wie die Aktivitäten und Services dazu beigetragen haben, die digitale Reife von KMU und öffentlichen Einrichtungen zu steigern, Investitionen auszulösen oder die Innovationskultur in Ostbayern zu stärken.

## Task 6.1 International Matchmaking

### Inhaltliche Anpassungen des Tasks

Aus den International Matchmaking Veranstaltungen des ersten Projektjahrs wurden mehrere Lektionen gezogen und entsprechend agiert: die Kooperation mit Bayern International wurde als sinnvoll erachtet, um ein Überangebot ähnlicher Formate zu vermeiden und Kräfte zu bündeln. Diese wurde in DInO mit dem Empfang zweier weiterer *Bayern Fit for Partnership*-Delegationen erfolgreich weitergeführt. Über DInO hinaus führte diese Kooperation zur Unterzeichnung eines Memorandum of Understanding (MoU) für den Folge-EDIH DInA mit Start im September 2026 – DInO hat also für das Folgeprojekt eine wertvolle Grundlage für vertiefte Zusammenarbeit mit Bayern International geschaffen.

Neben bereits bestehenden Partnerschaften wurde bei T6.1 ab Mitte 2024 in den Fokus gerückt, die Verbindung zu anderen EDIHs aktiver zu nutzen. So entstanden zwei Matchmaking-Events: *AI in Health* im November 2025 in Zusammenarbeit mit dem EU-Projekt "Enhancing capacities for technology transfer, company building and innovations in the field of ICT" (CapTTicT) mit Beteiligung der EDIHs DigiCare and AI4Health.Cro und *NEXTCHAIN - Mobility Value Chains* im April 2026 (Beteiligung der EDIHs Madrid Region, Digitaltech EDIH, HPC EDIH Hungary and AI EDIH Hungary, EDIH-DO).

Durch die Teilnahme mehrerer DInO-Mitarbeitenden an diversen internationalen EDIH-Treffen konnten diese Kooperationen deutlich vertieft werden und bieten auch hier eine hervorragende Ausgangslage für das Folgeprojekt DInA. Thematisch wurden die Aktivitäten seit Juni 2024 bunter gestreut: neben Mobilität und Logistik, vornehmlich Wasserstoff, wurde branchenoffener gehandelt, was sich beispielsweise mit *AI in Health* im November 2025 ausgezahlt hat. Sinnvolle Entscheidungen für Eventabsagen wurden weiterhin getroffen, wie bei einem geplanten Online-Matchmaking mit indischen Firmen im Frühjahr 2026, das aufgrund fehlender Nachfrage nicht stattfand.

### Aktivitäten im Task seit 06/2024

#### *Aktivitäten vor Ort*

Seit Juni 2024 wurden sieben International Matchmaking-Veranstaltungen erfolgreich durchgeführt. Den Beginn machte im November 2024 eine Delegation aus Bulgarien, die aus Firmen des bulgarischen IT-Verbands BASSCOM bestand. Der Kontakt wurde über das Generalkonsulat der Republik Bulgarien in München hergestellt. Ein bestehendes Wasserstoffnetzwerk des Clusters Mobility & Logistics organisierte für DInO im April 2025 einen *International Edition Round Table*, bei dem Partner aus Schottland und den Niederlanden Beiträge und Teilnehmende lieferten. Auch in den Projektjahren zwei und drei war Bayern International weiterhin ein verlässlicher Partner; gemeinsam mit ihnen und dem ausführenden Unternehmen energiewächter GmbH wurden zwei Delegationen zum Thema Energie und Wasserstoff aus Algerien und Kroatien im Juni 2025 und im April 2026 in Regensburg empfangen. Im Juni 2025 wurde zudem auf der Messe *transport logistic* in München eine Netzwerkveranstaltung unter dem Titel

*Unlocking Logistics Potential: Greece & Germany Business & Investment Forum* organisiert. Diese wurde DInO über *Enterprise Greece* herangetragen.

### *Online-Events*

*AI in Health* im November 2025 war eine dynamische Online-Veranstaltung und EDIH-Zusammenarbeit, die innovative Köpfe aus Wissenschaft und Wirtschaft in ganz Europa zusammenbrachte, um das transformative Potenzial der Künstlichen Intelligenz im Gesundheitssektor zu erkunden. Die Teilnehmenden erhielten Einblicke durch Keynote-Vorträge, nahmen an zielgerichteten Matchmaking-Sessions teil und beteiligten sich an interaktiven Gruppendiskussionen, die darauf ausgelegt waren, grenzüberschreitende Partnerschaften sowie innovative Projektkooperationen im Bereich KI-gestützter Gesundheitslösungen anzustoßen. Diese Matchmaking-Veranstaltung wurde in Zusammenarbeit mit dem Projekt CapTTict organisiert, das durch das Interreg Danube Programme der EU gefördert wird und sich der Förderung von Technologietransfer und Innovation in ganz Europa widmet.

Für *AI in Health* wurde eigens ein Matchmaking-Tool auf der DInO Webseite aufgebaut, das ermöglichte, die Veranstaltung zielgruppen- und zweckgerecht abzuhalten. Das Matchmaking-Tool unterstützt den Aufbau nachhaltiger Partnerschaften, den Wissenstransfer sowie die Schaffung gemeinsamer Forschungs- und Innovationsprojekte innerhalb des europäischen Innovationsökosystems.

Das in WP7 angesiedelte EDIH-Netzwerken trug auch im April 2026 Früchte in WP6: In Zusammenarbeit mit dem EDIH Madrid Region aus Spanien, sowie den EDIHs DIGITALTECH, AI EDIH und HPC EDIH aus Ungarn fand eine Online-Veranstaltung zum Thema Mobilität (*NEXTCHAIN Mobility Value Chains*) statt. Dazu brachten die co-organisierenden EDIHs jeweils Stakeholder und Unternehmen aus ihrem Netzwerk mit, die im Sektor Mobilität ansässig sind, innovative Produkte entwickeln und Interesse an europäischen Kontakten haben. Für DInO konnte der Konsortialpartner Cluster Mobility & Logistics als Stakeholder gewonnen werden, der zwei Startups aus dem Regensburger Innovationsökosystem mitbrachte. Nach einigen Pitches hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, in Breakout-Räumen in Kleingruppen ins Gespräch zu kommen und Kontakte mit Kollaborationspotenzial zu knüpfen.

### *Weitere Initiativen*

DInO-Partner TechBase/Cluster Mobility & Logistics wollte im Frühjahr 2026 ein Online-Matchmaking mit indischen Firmen anbieten. Hintergrund war die Teilnahme des Clusters am *EU-India Matchmaking* der European Cluster Collaboration Platform in Delhi/Greater Noida im Oktober 2025, wo Kontakte zu diversen indischen Unternehmen hergestellt wurden. Für einen Mehrwert für die DInO-Kundinnen und -Kunden sollte ein Folgemeeting online veranstaltet werden; insbesondere in Zeiten der intensivierten Kooperationen der EU mit Indien und einem neu unterzeichneten Freihandelsabkommen ein zeitgemäßes Vorhaben. Zu diesem geplanten Webinar meldeten sich leider nur wenige indische Firmen und es musste aus diesem Grund abgesagt werden.



Generalkonsul der Republik Bulgarien in München, Stefan Ionkov, am 13.11.2024 in Regensburg

Neben den Matchmaking-Events half DInO zehn KMU und Institutionen individuell weiter und vernetzte sie zielgerichtet mit potenziellen Partnerinnen und Partnern. Zentral hierbei war, dass die TechBase Regensburg GmbH in Vertretung für die Stadt Regensburg Teil des International Network of Michelin Cities (INMC) ist. Ein Angebot des INMC ist das Programm *Corridor of Incubators*, mit dem Startups den Markt eines Ziellands vor Ort erkunden können. Ein französisches Startup war im November 2025 für eine Woche zu Gast in Regensburg und wurde durch DInO mit verschiedenen Akteurinnen und Akteuren aus der Region vernetzt, darunter KMU, öffentliche Verwaltung und Hochschulen. Jenseits dieses Programms wurden an anderen Stellen ebenfalls DInO-Kundinnen und -Kunden mit ausländischen Unternehmen in Verbindung gesetzt, um Potenziale zu evaluieren. Gelegenheiten ergaben sich dafür beispielsweise auf internationalen Messen.

## Empfehlungen

Um eine saubere Arbeit und sinnvolle Ressourcenverwendung zu gewährleisten, ist es für EDIHs und EDIH-Mitarbeitende unabdingbar, Kooperationsmöglichkeiten und Stakeholder sorgfältig zu evaluieren. Zentrale Fragen hierbei sind: welche Themen können gemeinsam abgedeckt werden? Decken sich die Zielgruppen so, dass genügend wertvolle Anknüpfungspunkte für potenzielle Kooperationen schon im Voraus einer Veranstaltung ersichtlich sind? Sind die Ziele der Partnerorganisation oder des Partnerprojekts mit den eigenen vereinbar und herrscht eine ähnliche Auffassung über die Dringlichkeit und Motivation einer möglichen Zusammenarbeit? Die Antworten auf diese Fragen ergeben sich meist aus einer realistischen Einschätzung stattgefunder Gespräche, online oder beispielsweise bei EDIH-Präsenztreffen. Gerade EDIHs arbeiten teils sehr unterschiedlich, und der persönliche Kontakt von DInO zu Partner-EDIHs,

verortet im DInO-Task T7.5, hat zu einer besonderen Intensivierung der gemeinsamen Aktivitäten geführt, die einen echten Mehrwert hervorgebracht haben.

Bei anderen Stakeholdern ist häufig die Frage, ob es sich um einmalige oder mehrfache Kooperationen handelt. Bayern International ist ein Exempel für wiederholte, dauerhafte und hochqualitative Partnerschaft, die nun auch in einem MoU für Folge-EDIH DInA festgelegt wurde. Andere Kooperationen, z.B. Enterprise Greece (*Netzwerkevent mit griechischen Unternehmen* im Juni 2025), sind eher als einmalig oder maximal sporadisch zu betrachten. Doch gerade das Zusammenspiel aus dauerhaften und einmaligen Kooperationen ermöglicht ein buntes Angebot für das DInO-Netzwerk, und sorgt so für eine Vielfalt und gleichzeitig Wiedererkennbarkeit der Formate. Auch andere Netzwerke wie International Network of Michelin Cities, INMC, können zukünftig noch zielgerichteter durch DInO/DInA genutzt werden, um Potenziale zu erhöhen, Kräfte noch mehr zu bündeln und die Regionen stärker zu machen.

## Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks

In Veranstaltungen und individueller Begleitung wurden mehr als 100 KMU und öffentliche Einrichtungen aus 25 verschiedenen Ländern erreicht: Ägypten, Algerien, Argentinien, Belgien, Bosnien-Herzegowina, Chile, Deutschland, Estland, Frankreich, Griechenland, Japan, Kosovo, Kroatien, Niederlande, Peru, Rumänien, Schweden, Serbien, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechien, Türkei, Ungarn und Venezuela. Das enorme Potenzial, das hinter dem International Matchmaking-Service des EDIH DInO steckt, ist somit unverkennbar. Gleichzeitig ist offensichtlich, dass ein EDIH-Service mit dem Ziel der internationalen Vernetzung von EDIH-Kundinnen und Kunden nur mit qualitativer, geregelter und gleichsam motivierter Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Partnerinnen und Partnern funktioniert.

Der Task war elementar nicht nur für die überregionale Vernetzung des Wirtschaftsstandorts Ostbayern, sondern auch fundamental wichtig in der Anbahnung konkreter Aktionen durch die Kooperation mit EDIHs. Akteure auf allen Ebenen wurden durch T6.1-Services erreicht und zusammengebracht: Startups, Unternehmen, öffentliche Einrichtungen und Administration, Hochschulen, wirtschaftsfördernde Einrichtungen wie IHKs und AHKs sowie politische Akteurinnen und Akteure wie Konsulate und Landesvertretungen.

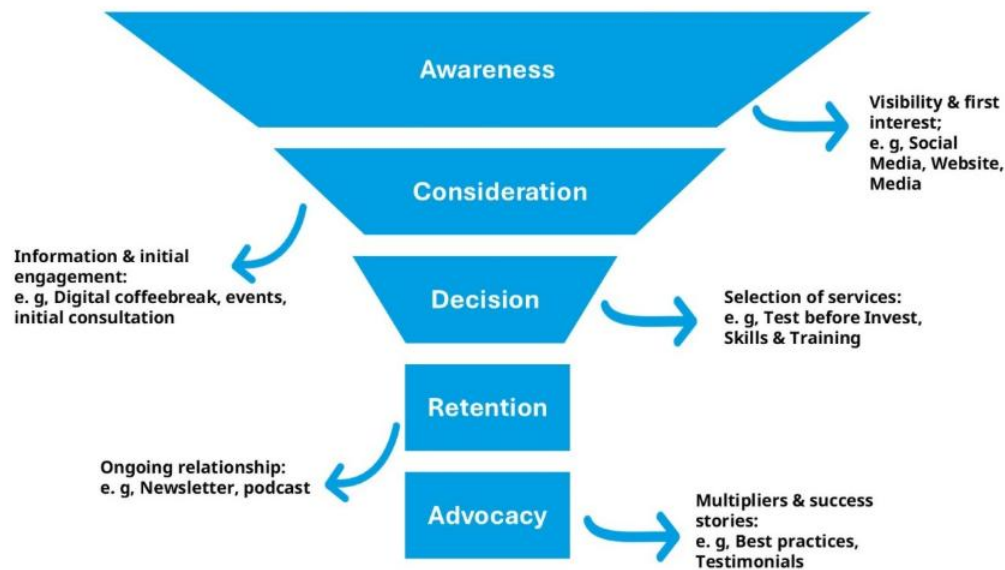
## Task 6.2 Awareness raising and initial consultation services

### Inhaltliche Anpassungen des Tasks

#### *Customer Journey*

Eine große Anpassung in dem Task war die Überarbeitung der Customer Journey. So war die ursprüngliche Version als interner Prozess zu verstehen. Als Teil der Handlungsempfehlungen aus dem EU-Midterm Review Meeting im Oktober 2025 wurde sie für bessere analytische Zwecke angepasst. Sie folgt einem fünfstufigen Funnel-Ansatz: Awareness, Consideration, Decision, Retention und Advocacy. Diese Phasen spiegeln die typische Customer Journey wider und führen von erster Aufmerksamkeit bis zur langfristigen Bindung an DInO-Angebote.

In der Awareness-Phase geht es darum, Sichtbarkeit für Digitalisierung, KI und DInO als Einstiegspunkt zu schaffen. Dazu dienen Website, Social Media und Pressearbeit mit leicht konsumierbaren Inhalten (z. B. kurze Beiträge, Videos, Eventhinweise). Wichtige Kennzahlen sind u. a. Website-Besuche und Reichweite. In der Consideration-Phase suchen Interessierte aktiv nach Informationen. DInO bietet vertiefende Inhalte wie Erfolgsgeschichten, Erstberatungen und Veranstaltungen. Erfolgskennzahlen sind z. B. Anmeldungen zu niedrighschwelligen Events und qualifizierte Erstkontakte. In der Decision-Phase wird die Auswahl konkreter Dienstleistungen unterstützt, etwa durch Workshops oder „Test before Invest“-Angebote. Erfolgskennzahlen sind gebuchte Leistungen und Konversionsraten. Die Retention-Phase zielt auf die Bindung bestehender Kunden, etwa über Newsletter, Podcasts und Folgeformate. Gemessen werden Wiederbuchungen, Verteilergröße und Eventteilnahmen. In der Advocacy-Phase agieren zufriedene Kundinnen und Kunden als Multiplikatoren durch Referenzen und Best Practices. Dies wird qualitativ (Erfolgsgeschichten) und quantitativ (z. B. Empfehlungen) erfasst. Über alle Phasen hinweg werden Kanäle und Erfolgskennzahlen kontinuierlich ausgewertet, um Wirksamkeit zu messen und Zielgruppen gezielt anzusprechen.



Der DInO-Kommunikationsfunnel mit fünf Phasen — Awareness, Consideration, Decision, Retention und Advocacy. Jede Phase wird mit typischen Zielen und beispielhaften Formaten verknüpft, wie etwa Social Media und die Website für die Awareness-Phase, digitale Kaffeepausen und Veranstaltungen für die Consideration-Phase, „Test before Invest“ sowie „Skills & Training“ für die Decision-Phase sowie Newsletter, Podcast und Best-Practice-Geschichten für Retention und Advocacy.

### Sprechstunde

Die ursprünglich geplante DInO-Sprechstunde war als niedrigschwelliges Austauschformat konzipiert, das kleinen und mittleren Unternehmen sowie öffentlichen Einrichtungen einen einfachen Einstieg in Themen der digitalen Transformation bieten sollte. In regelmäßigen Terminen – sowohl virtuell als auch vor Ort, sollten Teilnehmende die Möglichkeit erhalten, ihre Fragen, Erfahrungen und Bedarfe offen zu teilen und erste Orientierung zu erhalten. Neben dem Aufbau von Vertrauen und Beziehungen zielte das Format darauf ab, wertvolle Einblicke in die Herausforderungen der Zielgruppen zu gewinnen und diese systematisch im Kundenbeziehungsmanagement zu dokumentieren. Durch gezielte Planung, Kommunikation und Nachbereitung sollte die Sprechstunde nicht nur als Dialogplattform dienen, sondern auch zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der DInO-Angebote und zur Gewinnung neuer Kontakte beitragen.

Die geplante DInO-Sprechstunde wurde nicht wie vorgesehen umgesetzt, da die Nachfrage nach diesem spezifischen Format geringer als erwartet ausfiel. Gleichzeitig zeigte sich, dass der Bedarf an niedrigschwelligen Erstkontakten bereits umfassend durch die etablierte Erstberatung abgedeckt wurde, die von den Zielgruppen aktiv genutzt wird. Dadurch entstand eine funktionale Überschneidung beider Angebote, sodass die Sprechstunde keinen zusätzlichen Mehrwert bot und Ressourcen gezielter in stärker nachgefragte Formate investiert wurden. Als Ersatz wurde dafür das Buchungssystem eingeführt (s.u.).

## Aktivitäten im Task seit 06/2024

### *Umfrage im Landkreis Freyung-Grafenau*

Um den Bedarf bezüglich Vernetzungsmöglichkeiten und Unterstützungsangeboten ländlicher KMUs abzufragen, wurde eine Umfrage in Zusammenarbeit mit dem Grenzüberschreitendes Gründerzentrum Freyung-Grafenau (GreG) durchgeführt. Diese hatte zwar mit ca. 20 Antworten geringen Rücklauf, lieferte aber wertvolle Erkenntnisse für DInO.

Die Auswertung der Umfrage-Ergebnisse zeigt ein heterogenes Bild der digitalen Situation in der Region. Die befragten Organisationen stammen aus unterschiedlichen Größenklassen und Sektoren, wobei insbesondere mittlere und institutionelle Akteure dominieren. Auffällig ist, dass in vielen Kategorien ein hoher Anteil unspezifischer Antworten wie „keine Angabe“ oder „nicht definiert“ vorliegt. Gleichzeitig verteilen sich konkrete Herausforderungen auf eine Vielzahl unterschiedlicher Aspekte, darunter organisatorische, technische und regulatorische Themen, ohne dass ein einzelnes Problem klar dominiert. Auch bei Unterstützungsbedarfen und Interessen zeigt sich ein breites Spektrum mit eher moderaten und unscharf formulierten Prioritäten. Insgesamt deuten die Ergebnisse darauf hin, dass viele Organisationen noch am Anfang ihrer strukturierten digitalen Entwicklung stehen und ihre Bedarfe nur eingeschränkt konkretisieren können. Ziel der Auswertung war es daher, das regionale digitale Ökosystem besser zu verstehen und zentrale Muster in Bezug auf Strukturen, Herausforderungen und Interaktionsbedarfe innerhalb der Region sichtbar zu machen.

### *Buchungssystem wurde online gestellt und auch für Erstberatungen genutzt*

Um die Vernetzung, Zusammenarbeit und grenzüberschreitende Kooperation zu fördern, wurde ein Matchmaking-Tool in die Projektwebsite integriert. Die Plattform dient als zentraler Anlaufpunkt für Forscher, Unternehmen, Start-ups und andere relevante Akteure innerhalb des europäischen Innovationsökosystems.

Das Tool basiert auf einem strukturierten Registrierungsprozess für Teilnehmende und ist sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch verfügbar. Nutzende erstellen ein Profil mit Angaben zu ihrer Organisation, ihrem Fachgebiet, ihrem Land, ihren Kompetenzbereichen, ihrer technologischen Infrastruktur und ihren gewünschten Kooperationsmöglichkeiten. Sowohl Angebote („Ich biete“) als auch Suchanfragen („Ich suche“) werden erfasst, um eine gezielte Vernetzung zu ermöglichen. Die einzelnen Eingabefelder können je nach thematischem Schwerpunkt der jeweiligen Matchmaking-Veranstaltung flexibel angepasst werden. Die Matchmaking-Logik basiert auf thematischen Übereinstimmungen zwischen den Nutzungsprofilen. Besonderes Augenmerk liegt auf komplementären Angeboten und Gesuchen in den Bereichen Fachwissen, technologische Infrastruktur und Kooperationsinteressen. Darüber hinaus werden Kriterien wie sektorübergreifende Zusammenarbeit und internationale Vernetzung berücksichtigt. Auf der Grundlage eines Bewertungssystems werden potenzielle Kooperationspartner identifiziert und in individuellen Matchmaking-Ergebnissen dargestellt.

Darüber hinaus bietet die Plattform ein durchsuchbares Teilnehmendenverzeichnis mit Filter- und Suchfunktionen, das die Sichtbarkeit relevanter Akteurinnen und Akteure innerhalb des europäischen Ökosystems ermöglicht. Datenschutz- und Einwilligungsmechanismen gewährleisten eine DSGVO-konforme Verarbeitung und Veröffentlichung der genehmigten Profildaten.

### *Insgesamt wenige Anfragen für Erstgespräche*

Trotz der strukturierten Ausgestaltung der Customer Journey und der Etablierung von Erstberatungsangeboten zeigte sich im Projektverlauf eine insgesamt geringe Anzahl an Anfragen für Erstgespräche. Zwar konnten über das Kundenbeziehungsmanagement eine relevante Anzahl an Services dokumentiert werden, jedoch blieb die aktive Inanspruchnahme gezielter Erstkontakte hinter den Erwartungen zurück.

Diese Entwicklung lässt sich zum einen durch die begrenzte Sichtbarkeit der Angebote bei bestimmten Zielgruppen erklären, zum anderen durch die Tatsache, dass viele Organisationen ihre Bedarfe nur eingeschränkt konkretisieren können und daher keine gezielte Beratung nachfragen. Zudem deutet die geringe Nachfrage darauf hin, dass alternative Formate wie Veranstaltungen oder indirekte Informationsangebote eine größere Rolle im initialen Kontaktprozess spielen.

Insgesamt zeigt sich, dass die Generierung qualifizierter Erstkontakte weiterhin eine Herausforderung darstellt und eine noch stärkere Zielgruppenansprache sowie niedrigschwellige Einstiegsmöglichkeiten erforderlich sind, um die Nutzung der Beratungsangebote zu erhöhen.

## Empfehlungen

Die Erfahrungen aus Task 6.2 zeigen, dass niedrigschwellige Einstiegsangebote ein zentrales Element für die Ansprache von KMU und öffentlichen Einrichtungen darstellen, jedoch kontinuierlich an die tatsächlichen Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst werden müssen.

Ein wesentlicher Aspekt ist die Verbesserung der Zugänglichkeit der DInO-Services. Dies umfasst sowohl eine klare Kommunikation der Angebote als auch eine vereinfachte Kontaktaufnahme, beispielsweise durch digital unterstützte Buchungssysteme und klar strukturierte Informationskanäle. Darüber hinaus ist es notwendig, den direkten Austausch mit der Zielgruppe weiter zu stärken. Offene Dialogformate sowie strukturierte Erstberatungen haben sich als geeignete Instrumente erwiesen, um Bedarfe zu identifizieren und Vertrauen aufzubauen. Die systematische Erfassung dieser Informationen im CRM trägt dazu bei, den internen Wissensfluss zu verbessern und Angebote zielgerichtet weiterzuentwickeln.

Die Ergebnisse der regionalen Umfrage zeigen zudem, dass eine breitere Ansprache notwendig ist, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Hierbei spielen Multiplikatoren wie Kammern, Verbände und kommunale Einrichtungen eine entscheidende Rolle. Eine stärkere Einbindung dieser Akteurinnen und Akteure sowie die Diversifizierung der Kommunikationskanäle können die Reichweite und Wirksamkeit der Maßnahmen erhöhen.

## Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks

Task 6.2 leistet einen wichtigen Beitrag zur Sensibilisierung für Digitalisierungsthemen sowie zur Schaffung erster Zugänge zu den DInO-Services. Durch die Etablierung strukturierter Erstberatungsangebote und die Weiterentwicklung der Customer Journey konnte ein systematischer Ansatz zur Ansprache und Begleitung von KMU und öffentlichen Einrichtungen umgesetzt werden.

Die Analyse zeigt jedoch auch, dass die Nachfrage nach bestimmten Formaten, insbesondere der ursprünglich geplanten Sprechstunde, geringer war als erwartet. Gleichzeitig konnte festgestellt werden, dass vergleichbare Bedarfe bereits durch bestehende Erstberatungsangebote abgedeckt wurden, wodurch eine zielgerichtete Fokussierung auf stärker nachgefragte Formate möglich war. Insgesamt verdeutlichen die Ergebnisse, dass die Zielgruppen häufig noch am Anfang ihrer digitalen Entwicklung stehen und ihre Bedarfe nur eingeschränkt konkretisieren können. Dies unterstreicht die Bedeutung von initialen Beratungsangeboten als Einstiegspunkt in die digitale Transformation.

Die definierten KPIs konnten in Teilen erreicht werden, wobei insbesondere die Generierung neuer Kontakte und Services im Kundenbeziehungsmanagement positiv hervorzuheben ist. Zusätzlich zeigt sich, dass die Akquise von Erstkontakten sowie die Aktivierung bisher nicht erreichter Zielgruppen weiterhin eine zentrale Herausforderung darstellen. Insgesamt kann Task 6.2 als wichtige Grundlage für den Aufbau von Beziehungen zu den Zielgruppen und für die langfristige Nutzung der DInO-Services bewertet werden. Die gewonnenen Erkenntnisse liefern wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung entsprechender Angebote im Nachfolgeprojekt DInA.

## Task 6.3 Events to connect digital startups with SMEs & PSEs

### Inhaltliche Anpassungen des Tasks

Task 6.3 war im ursprünglichen Projektantrag als Service gedacht, der Matchmaking zwischen Startups und KMU ermöglichen sollte. Dieser Auftrag wurde auch in den Projektjahren zwei und drei weiterverfolgt, allerdings mit einem geringeren Fokus auf eigens durchgeführten Veranstaltungen, sondern verstärkt auf der Co-Organisation von Veranstaltungen von Projektpartnern mit spezifischer Fachexpertise.

Das Angebot zu KI-Aktivitäten in Bayern wurde über die letzten beiden Jahre immer größer und für Kundinnen und Kunden unübersichtlicher, weshalb die Bayerische KI-Agentur sich letztendlich entschieden hat, kleinere und besser auf die Zielgruppe abgestimmte Veranstaltungen durchzuführen, als selbst große Veranstaltungen zu organisieren.

### Aktivitäten im Task seit 06/2024

In den vergangenen zwei Projektjahren fanden im Task T6.3 verschiedene Veranstaltungen zu unterschiedlichen Themen statt. Zwei Online-Veranstaltungen fanden in Kooperation mit anderen DInO-Services und -Partnern statt:

21.05.2025 *Digitale Kaffeepause „Künstliche Intelligenz im Arbeitsalltag – zwischen Innovation und Verantwortung“* – in Zusammenarbeit mit THD/WP7 für die Veranstaltungsreihe *Digitale Kaffeepause*

- In Zusammenarbeit mit dem Arbeitspaket 7 wurde dieses niedrigschwellige Format genutzt, um KMU und öffentliche Einrichtungen für die praktischen und ethischen Aspekte von KI am Arbeitsplatz zu sensibilisieren.

10.10.2024: *Präventive Cybersicherheit: Die Bedeutung von Penetrationstests für Unternehmen und Organisationen* – in Zusammenarbeit OTHR/WP4

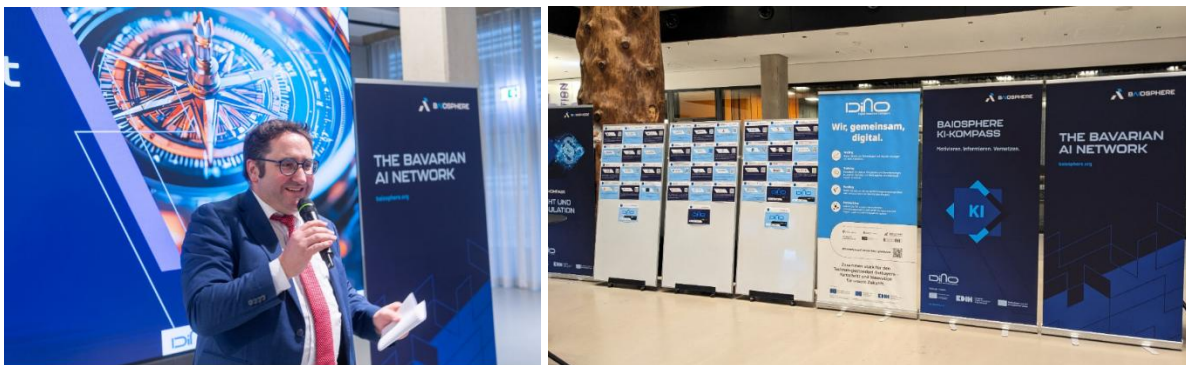
- Gemeinsam mit dem Arbeitspaket 4 wurde in diesem Webinar die Bedeutung von Penetrationstests für die IT-Sicherheit von Organisationen beleuchtet, was eine direkte Brücke zu den "Test-before-Invest"-Services schlug.

Eine große Präsenzveranstaltung in München fand am 28.11.2024 unter dem Namen *Der baiosphere KI-Kompass geht an den Start* statt. Diese Veranstaltung wurde von Staatssekretär Tobias Gotthardt vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie eröffnet. Mit über 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft verdeutlichte die Veranstaltung die Rolle der Bayerischen KI-Agentur als zentraler Knotenpunkt im bayerischen KI-Ökosystem und wichtiger Partner in DInO.

Für das direkte Matchmaking wurde eine Startup-Wall organisiert, auf der sich innovative KI-Startups aus Bayern präsentieren konnten. Auch einige ostbayerische Startups wurden gezielt angesprochen und waren vor Ort präsent, um mit etablierten bayerischen

KMU ins Gespräch zu kommen und weitere Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft kennenzulernen und Kooperationen anzubahnen.

Ein wesentlicher Bestandteil des Konzepts, der bei der Veranstaltung betont wurde, ist die Funktion des KI-KOMPASS als Vernetzungsinstrument. Er hilft Unternehmen aktiv dabei, gezielt Kontakte zu den passenden Fachexperten und Anbietern von KI-Lösungen aus dem bayerischen Ökosystem herzustellen. Um eine breite Wirkung zu erzielen, wurde das Angebot bewusst niedrigschwellig und in enger Kooperation mit den bayerischen Handwerkskammern, den Industrie- und Handelskammern sowie relevanten Wirtschaftsverbänden gestaltet, um eine flächendeckende Erreichbarkeit für Firmen in ganz Bayern zu gewährleisten.



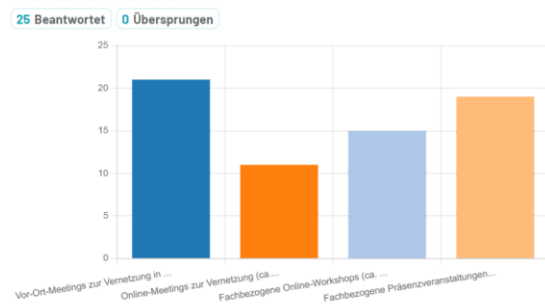
*Links: Staatssekretär Tobias Gotthardt bei der Eröffnung, rechts: Startup-Wall*

### *Umfrage Vernetzung Innovationsökosystem Ostbayern*

Zur qualitativen Messung des Vernetzungsbedarfs wurde die Umfrage „Vernetzung Innovationsökosystem Ostbayern“ durchgeführt. Diese lief von August bis Oktober 2025 und generierte 25 vollständige Teilnahmen. Die Auswertung der Ergebnisse liefert ein klares Bild über die Bedarfe der regionalen Akteurinnen und Akteure: 96% der Teilnahmen bestätigen ein überwältigendes Interesse an einer stärkeren und besser koordinierten Vernetzung innerhalb des ostbayerischen Innovationsökosystems. Die Analyse der Motive, warum sich die Akteurinnen und Akteure vernetzen möchten (siehe rechte Grafik unten), zeigt, dass der Wunsch nach Vernetzung primär strategischer Natur ist: Mit großem Abstand steht der „Ideen-/Erfahrungsaustausch“ an erster Stelle, dicht gefolgt von der „Erweiterung des eigenen Leistungsangebots“, der „Abstimmung von Angeboten“ und der Anbahnung „gemeinsamer (Förder-)Projekte“. Dies unterstreicht, dass die Akteure nicht nur nach Kontakten, sondern nach strategischen Synergien und Kooperationen suchen.

Korrespondierend dazu zeigt die linke Grafik zu den bevorzugten Formaten eine eindeutige Präferenz für den persönlichen und inhaltlich fokussierten Austausch. Diese Präferenz untermauert die bereits als erfolgreich bewertete Vernetzung auf regionaler Ebene und bekräftigt die qualitativen Rückmeldungen, die einen interaktiven und zielorientierten Austausch fordern. Schließlich bestätigt die Umfrage, dass Veranstaltungen das mit Abstand wichtigste Instrument sind, um neue potenzielle Netzwerkpartnerinnen und -partner zu identifizieren.

Welche Formate zur Vernetzung sind besonders interessant für Sie?



Warum möchten Sie sich vernetzen?



### Ergebnisse der Umfrage: Format der gewünschten Vernetzung und Gründe zur Vernetzung

Als direktes Ergebnis aus der Umfrage findet zum Projektende hin noch eine Veranstaltung für das Innovationsökosystem und -netzwerk am 28.07.2026 beim Gründerzentrum Digitalisierung Niederbayern (GZDN) Landshut statt. Diese wird mit dem GreG Freyung-Grafenau konzipiert, um eine passgenaue Ansprache der Akteurinnen und Akteure vor Ort in Ostbayern zu gewährleisten. Ziel der Veranstaltung ist es, auf Basis der vorangegangenen Umfrage die relevanten Netzwerkmanagerinnen und -manager der ostbayerischen Gründungs- und Innovationslandschaft zusammenzubringen. In einem interaktiven Format sollen Synergien identifiziert, Kooperationspotenziale für gemeinsame Veranstaltungen ausgelotet und aktuelle Bedarfe in der Region diskutiert werden. Das Treffen dient somit dazu, den Austausch der regionalen Akteure nachhaltig zu stärken und neue Kooperationen für die Zeit nach dem Projekt DInO/das Folgeprojekt DInA anzustoßen.

### Hackathons

Um die praktische Zusammenarbeit und den Wissensaustausch weiter zu fördern, wurden darüber hinaus zwei Hackathons mit spezialisierten Partnern mitorganisiert, die sich gezielt an Entwicklerinnen und Entwickler sowie technologie-affine Unternehmen richteten:

Am 24.03.2026 fand in Kooperation mit der jambit GmbH und weiteren Partnern wie dem AI Strategy Institute und dem KI Bundesverband der *OpenClaw Hackathon & Roundtable* in München statt. Der Fokus lag auch hier auf der praktischen Anwendung von Agentic AI. Die teilnehmenden Teams demonstrierten, wie KI-Agenten nicht nur einzelne Aufgaben, sondern ganze Arbeitsprozesse automatisieren und effizienter gestalten können. Neben dem praktischen Hackathon bot ein Roundtable mit einem Expertenpanel den Teilnehmenden die Möglichkeit, Einblicke aus der Praxis zu erhalten und die Bedeutung von Vertrauen und einer Kultur des Experimentierens in der aktuellen Phase der KI-Entwicklung zu diskutieren.



*Impressionen der Veranstaltung OpenClaw Hackathon und Roundtable am 24.03.2026 in München*

Am 04.05.2026 folgte der *Hack the Mittelstand Vol. 2*, der gemeinsam mit dem Partner disruptive veranstaltet wurde. Das Format brachte neun mittelständische Unternehmen, die reale Herausforderungen aus ihrem Geschäftsalltag vorstellten, mit Entwicklungsteams zusammen. Das Siegerteam entwickelte innerhalb von nur sieben Stunden einen KI-Agenten für die Immobilienbranche, der Mietanliegen selbstständig aufnimmt, klassifiziert und im Bedarfsfall direkt den zuständigen Handwerksbetrieb alarmiert. Der hohe Praxisbezug und die schnelle Umsetzbarkeit solcher Lösungen wurden durch den Erfolg der vorangegangenen Veranstaltung unterstrichen: Dort hatten fünf von sieben teilnehmenden Unternehmen die im Hackathon entwickelten Prototypen anschließend produktiv in ihre Geschäftsprozesse übernommen.

Beide Hackathons dienten als exzellente Plattformen, um die abstrakten Potenziale von



*Junge Entwickler beim Hackathon am 04.05.2026 in München*

Künstlicher Intelligenz greifbar und umsetzbar zu machen. Sie haben den direkten Austausch zwischen Lösungsanbieterinnen (Entwickler, KI-Startups) und Anwenderinnen (KMU) gefördert und gezeigt, dass ein hoher Bedarf an konkreten, anwendungsorientierten Formaten besteht, um die KI-Adaption im Mittelstand zu beschleunigen.

Der Bayerische KI-Chat, Arbeitstitel *BAIOSCOPE*, der im ersten Deliverable angekündigt wurde, konnte leider aus technischen Gründen nicht weiterverfolgt werden. Es gab zwar pünktlich zur Veranstaltung im November 2024 eine erste Version, in der man einen KI-Chat zu allgemeinen KI-Fragen, dem KI-Netzwerk *BAIOSPHERE* und Anbieterinnen und Anbietern von KI befragen konnte. Da letztendlich die Qualität der Antworten nicht in einem zufriedenstellenden Maße gewährleistet werden konnte und zu wenig personelle und finanzielle Ressourcen verfügbar waren, musste dieses Vorhaben aufgegeben werden. Die Erkenntnisse fließen jedoch in die Konzeption eines ähnlichen Formats mit Fokus auf Matchmaking im Folgeprojekt *DInA* ein.

## Empfehlungen

Während der Projektlaufzeit von DINO konnten wir feststellen, dass eine Vielzahl von Angeboten, gerade zu KI-Themen, die Nachfrage nach Veranstaltungen dämpfte. Diese Art der Marktsättigung hatte zur Folge, dass gezielter nach Lücken im Veranstaltungsangebot in (Ost-)Bayern gesucht werden musste, um die Zielgruppe zu erreichen. Aus den Erfahrungen lassen sich folgende Empfehlungen ableiten:

Wir setzen auf Kooperationen statt auf Konkurrenz: Angesichts der hohen Marktsättigung, insbesondere bei KI-Themen, hat sich die Strategie, auf die Co-Organisation von kleineren, zielgerichteten Formaten mit spezialisierten Partnern zu setzen, als erfolgreich erwiesen. Anstatt große Eigenveranstaltungen zu organisieren, sollte auch im Folgeprojekt DINA auf Kooperationen und die Besetzung thematischer Nischen gesetzt werden, um Ressourcen zu bündeln und Mehrwert zu schaffen.

Wir ermöglichen Interaktion und Kollaboration: Die durchgeführten Formate und die Umfrageergebnisse bestätigen, dass die Schaffung von Netzwerkplattformen ein zentrales Bedürfnis für Lösungsanbieterinnen, -anbieter und Suchende dieser Angebote ist. Bei der Konzeption von Präsenzveranstaltungen muss daher ausreichend Zeit für informellen Austausch und 1-zu-1-Gespräche eingeplant werden. Reine Frontalvorträge decken den Bedarf nicht ab.

Wir erarbeiten messbare Erfolgsfaktoren für Kooperationen: Die systematische Nacherfassung von konkreten Kooperationen, die aus Veranstaltungen entstehen, ist zwar ressourcenintensiv, aber für die qualitative Erfolgsmessung unerlässlich. Für das Folgeprojekt DINA sollten hierfür einfachere, standardisierte Mechanismen entwickelt werden, um den Impact von Netzwerkveranstaltungen besser messbar zu machen.

## Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks

Der beschriebene Task konnte seine Ziele für das Innovationsökosystem in (Ost-)Bayern erreichen. Es hat sich bestätigt, dass die Bildung und Stärkung von Netzwerken wichtig ist, um einem Wirtschaftsstandort zu einem höheren digitalen Reifegrad zu verhelfen. Hier wurden sowohl Netzwerke innerhalb des Projekts genutzt, so in der Zusammenarbeit mit anderen Arbeitspaketen und dem Beirat von DINO, aber auch neue Netzwerke gebildet wie z. B. im BAIOSPHERE KI-KOMPASS. Bestehende Kontakte wurden genutzt, um gemeinsame Veranstaltungen auszurichten und die Zielgruppe nach ihren Bedarfen zu erreichen. Ein vielfältiges Angebot aus Online- und Präsenzveranstaltungen, kleinen Webinaren und Großveranstaltungen, Angeboten in Ostbayern und in München stellte sicher, dass verschiedene Stakeholder ein zu ihnen passendes Veranstaltungsformat finden konnten.

Vor allem das konkrete Matchmaking zwischen Startups, die digitale oder KI-Lösungen anbieten, und KMU, die Lösungen für ihre Unternehmen suchen, war dabei ein besonderer Erfolgsfaktor in der Unterstützung des Ökosystems. Mit der Veranstaltung im Juli 2026 tragen wir noch vor Ende des Projekts dazu bei, dass Ergebnisse

dokumentiert werden und die Erkenntnisse in das Folgeprojekt DInA übertragen werden können.

Die quantitativen Ziele des Tasks wurden erreicht. Task 6.3 hat einen wesentlichen Beitrag zur Vernetzung der relevanten Akteurinnen und Akteure geleistet und gezeigt, wie durch einen flexiblen Mix aus Formaten und Kooperationen ein echter Mehrwert für das Ökosystem geschaffen werden kann.

## Task 6.4 Rural Region Early Adopter Testpool

### Inhaltliche Anpassungen des Tasks

Die erste Projekthälfte wurde, wie bereits in Deliverable 6.1 beschrieben, genutzt, um ein Konzept und eine konkrete Planungsgrundlage für den im Projektantrag vorgesehenen Testpool für Early Adopters aus dem ländlichen Raum in Ostbayern zu erstellen.

Für den Service wurden ein detaillierter Workflow und umfassende Test-Guidelines für entwickelnde Unternehmen erstellt, um den Testprozess der zu testenden digitalen Produkte zu standardisieren. Dazu fanden intensive Gespräche mit zwei Pilotunternehmen statt. Zudem wurde auch für diesen Service das in anderen Arbeitspaketen und Services aktiven Netzwerks von Multiplikatoren (z.B. Handwerkskammern, Landratsämter) bemüht, um den Testpool in der ländlichen Region bekannt zu machen.

Leider fruchteten diese Versuche nicht. Trotz intensiver Bemühungen wie der technischen Umsetzung der Registrierung durch eine Digitalagentur bis hin zu intensiver Werbung zur Registrierung auf Social Media und bei Veranstaltung mit eigener Präsenz konnten nur 25 potenzielle Testpersonen gewonnen werden. Auch die Gespräche mit den Pilotunternehmen wurden nach einigen Monaten leider nicht mehr weitergeführt: bei einem Unternehmen änderte sich das Geschäftsfeld, weshalb dieses nicht mehr auf das Testpool-Konzept übertragbar war. Das andere Pilotunternehmen erhielt einen Startup-Preis und damit verbundene Förderungen, weshalb das Produkt schneller marktreif war als ursprünglich erwartet.

Es wurde deutlich, dass das ursprüngliche Konzept an einem „Henne-Ei-Problem“ litt: Ohne eine große, aktive Test-Community ist der Pool für Unternehmen unattraktiv, und ohne konkrete, interessante Produkte melden sich kaum Testpersonen an. Der neue KI-Readiness-Test adressiert stattdessen einen klar identifizierten Bedarf: Er bietet Unternehmen eine einfache, webbasierte Selbsteinschätzung ihres aktuellen KI-Reifegrades und gibt erste Orientierung für den Einstieg in KI-Technologien.

### Aktivitäten im Task seit 06/2024

Ende 2024/Anfang 2025 wurde entschieden, dass eine Umwidmung vom ursprünglichen Testpool zu einem KI-Readiness-Test erfolgen sollte. Dies geschah in enger Abstimmung mit der Konsortialleitung und der Fördermittelgeberin, der Europäischen Kommission. Die Aktivitäten seit Mitte 2024 konzentrierten sich vollständig auf die Konzeption, Erprobung und Umsetzung des neuen KI-Readiness-Tests.

Zunächst wurde ein detailliertes Konzept für den Test erarbeitet. Strategisch wurde entschieden, den Test in das bereits erfolgreiche und bekannte Programm „BAIOSPHERE KI-Kompass“ einzubetten. Dies ermöglichte es, die bestehende Reichweite zu nutzen und den Test als logischen ersten Schritt für Unternehmen zu positionieren, die sich mit Künstlicher Intelligenz beschäftigen wollen.

# AI Readiness-Test

Testen Sie das KI-Level ihrer Organisation und erfahren Sie, wo sich noch Verbesserungspotential verbirgt.

Jetzt starten

Unterstützt durch DInO - Digitale Innovation Ostbayern



Kofinanziert von der Europäischen Union



Eurc Digit Hub!

## Startbildschirm des Tests

Der Test zur Selbsteinschätzung ist dabei mehrstufig aufgebaut: Er gliedert sich in zehn Module, die sich an den Themen des KI-KOMPASS orientieren. In jedem Modul werden den Nutzenden drei spezifische Fragen gestellt, die mit jeweils vier Antwortmöglichkeiten den digitalen Reifegrad des Unternehmens in dieser spezifischen Dimension erfassen. Nach Abschluss erhalten die Nutzenden nicht nur eine individuelle Auswertung, sondern auch gezielte Handlungsempfehlungen und Verweise auf weiterführende Ressourcen auf der KI-KOMPASS-Webseite, um Schwachstellen gezielt zu adressieren.

Die für diese Umwidmung notwendigen budgetären Anpassungen wurden über ein

### Strategie

Wie umfassend ist Ihre KI-Strategie innerhalb Ihres Unternehmens erarbeitet, dokumentiert und kommuniziert?

Keine Dokumentation oder Kommunikation

Dokumentiert, aber wenig kommuniziert

Moderat dokumentiert, gelegentliche Kommunikationsbemühungen

Vollständig dokumentiert und regelmäßig kommuniziert

Next

entsprechendes Amendment bei den Fördermittelgebern beantragt und genehmigt. Die technische Umsetzung des Online-Tests, insbesondere die Programmierung der Logik auf der Webseite in Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern, stellte sich jedoch als herausfordernd dar. Die Anforderung, die Ergebnisse grafisch und intuitiv in einem Spinnendiagramm darzustellen, war ein zentrales, aber technisch schwer umsetzbares Element, was zu Verzögerungen im Zeitplan führte.

#### Ihr Verbesserungspotential im Bereich Strategie:

Ihre KI-Strategie ist zwar dokumentiert, aber noch nicht ausreichend im Unternehmen verankert – mittleres Verbesserungspotenzial durch klarere Kommunikation und Umsetzung.

*Auswahlmöglichkeiten und Auswertung des Verbesserungspotenzials für das Beispielthema „Strategie“*

Der finale Test wird im Juni 2026 kurz nach Einreichung dieses Deliverables online gehen. Ein wesentlicher Aspekt der neuen Strategie ist die Nachhaltigkeit: Der KI-Readiness-Test ist so konzipiert, dass er auch über die DInO-Projektlaufzeit hinaus online verfügbar bleibt und weiterentwickelt wird. Die Finanzierung hierfür wird aus Eigenmitteln der Bayerischen KI-Agentur sichergestellt.

## Empfehlungen

Die Entwicklung eines solchen Test-Angebots ohne genaue Kenntnis der Bedürfnisse der suchenden Unternehmen war eine große Herausforderung. Dies unterstreicht die Wichtigkeit, vor der finalen Konzeption intensive und direkte Gespräche mit der Zielgruppe zu führen. Der Relaunch bzw. die Umwidmung wird diesen Aspekt stärker berücksichtigen. Die wichtigste Empfehlung aus diesem Task ist daher, komplexe Angebote wie einen Testpool niemals ohne eine validierte Nachfrage und das Engagement beider Seiten (Testpersonen und Unternehmen) zu entwickeln. Die strategische Umwidmung zu einem KI-Readiness-Test hat zudem gezeigt, dass es sinnvoll ist, nicht erfolgreiche Ansätze konsequent einzustellen und Ressourcen auf die Lösung eines klarer identifizierten, einfacheren Problems zu konzentrieren. Für die Zeit nach dem Projektabschluss von DInO sollte der entwickelte KI-Readiness-Test weiterhin aktiv vermarktet und als niedrighschwelliger Einstiegspunkt in das Service-Portfolio genutzt werden.

## Zusammenfassung und Zielerreichung des Tasks

Die ursprünglichen quantitativen Ziele des Tasks, die auf der Etablierung eines physischen Testpools basierten, wurden nicht erreicht. Es wurde deutlich, dass das ursprüngliche Konzept an einer grundlegenden strukturellen Herausforderung scheiterte: Der Aufbau einer kritischen Masse an Nutzerinnen und Nutzern auf beiden Seiten – Unternehmen und Testpersonen – war voneinander abhängig. Ohne eine große, aktive Test-Community war der Pool für Unternehmen unattraktiv, und ohne konkrete, interessante Produkte ließen sich wiederum kaum Testpersonen gewinnen.

Das eigentliche Fazit des Tasks liegt jedoch nicht im Scheitern an den initialen, sehr hoch angesetzten KPIs, sondern in der strategischen Neuausrichtung. Mit der Entwicklung des KI-Readiness-Tests wurde auf die mangelnde Nachfrage und die konzeptionellen Schwierigkeiten reagiert und ein neues, nachhaltiges Angebot geschaffen, das einen klar identifizierten Bedarf in der Zielgruppe adressiert. Obwohl die ursprünglichen Ziele verfehlt wurden, hat der Task durch die Entwicklung des KI-Readiness-Tests einen nachhaltigen Mehrwert geschaffen, der über die Projektlaufzeit von DInO hinaus Bestand haben wird. Die verbleibende Restlaufzeit wird genutzt, um möglichst viele Testteilnahmen zu generieren.

## Gesamtfazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Arbeitspaket sechs einen wesentlichen und messbaren Beitrag zur Förderung der digitalen Transformation in Ostbayern geleistet hat. Durch die gezielte Vernetzung, individuelle Beratung und den Aufbau nachhaltiger Strukturen hat es die Region dabei unterstützt, ihren digitalen Reifegrad zu erhöhen und die Innovationsfähigkeit zu stärken. Die gesetzten Ziele wurden größtenteils erreicht, auch wenn bei einigen KPIs Anpassungen aufgrund externer Faktoren und sich ändernder Marktbedingungen notwendig waren.

Dieser Erfolg wurde durch eine Kombination strategischer Entscheidungen getragen. Die bewusste Konzentration auf starke Partnerschaften, insbesondere die Kooperation mit Akteuren wie Bayern International, war entscheidend, um Ostbayern international zu positionieren und dem DInO-Netzwerk Türen zu öffnen. Gleichzeitig erwies sich die Fähigkeit des Projektteams, flexibel und agil auf Marktveränderungen zu reagieren, als ein zentraler Erfolgsfaktor. Formate und Inhalte wurden kontinuierlich auf Basis des direkten Feedbacks der Zielgruppen angepasst, wodurch eine hohe Relevanz der Angebote sichergestellt wurde. Ergänzt wurde dies durch bewusst niedrigschwellig und zugänglich gestaltete Formate wie die *Digitale Kaffeepause*, die sich als äußerst effektiv erwiesen, um auch Unternehmen in ländlichen Regionen zu erreichen und als Einstiegspunkt in das DInO-Ökosystem zu dienen.

Gleichzeitig scheute die Evaluation nicht davor zurück, zentrale Herausforderungen zu benennen. Insbesondere im Bereich der KI-Beratung machte die zunehmende Marktsättigung eine klare Positionierung des DInO-Mehrwerts erforderlich. Die größte konzeptionelle Herausforderung war der ursprünglich geplante Testpool, dessen Umsetzung an einer grundlegenden strukturellen Hürde scheiterte: Ohne eine große, aktive Test-Community war der Pool für Unternehmen unattraktiv, und ohne interessante Produkte ließen sich wiederum kaum Testpersonen gewinnen. Die konsequente Entscheidung zur Umwidmung dieses Tasks in einen KI-Readiness-Test muss jedoch als Zeichen eines agilen und bedarfsorientierten Projektmanagements gewertet werden. So wurde aus einem nicht erfolgreichen Konzept ein neues, nachhaltiges Angebot geschaffen, das einen klar identifizierten Bedarf der Zielgruppe adressiert.

Aus diesen Erfolgen und Herausforderungen kristallisiert sich eine zentrale Erkenntnis: Der nachhaltige Erfolg von Innovationsförderung hängt von einer guten Mischung aus breitenwirksamen, niedrigschwelligen Informationsangeboten zur Sensibilisierung und tiefgehenden, bedarfsorientierten Beratungsformaten zur Umsetzung ab. Die Einbindung und Aktivierung des gesamten regionalen Ökosystems – von Unternehmen über Start-ups bis hin zu Verwaltung und Bildungseinrichtungen – ist dabei der entscheidende Schlüssel zum Erfolg.

Für die Zukunft ergeben sich daraus klare Empfehlungen. Die im Rahmen von DInO etablierten Strukturen und erfolgreichen Formate bilden eine exzellente Grundlage und sollten im Nachfolge-Hub DInA konsequent fortgeführt werden. Der Fokus auf die

Konvergenz von KMU, Start-ups und dem öffentlichen Sektor sollte weiter gestärkt werden, um die Innovationskultur in Bayern nachhaltig zu verankern. Das Arbeitspaket sechs hat somit nicht nur während seiner Laufzeit einen wichtigen Beitrag für DInO geleistet, sondern vor allem die strategische und nachhaltige Grundlage für den Erfolg des Folgeprojekts gelegt.