

# Niederschwelliger Zugang zu Big Data & Artificial Intelligence

Die Potenziale von Big Data und Artificial Intelligence können oft nur durch einen hohen unternehmerischen Aufwand ausgeschöpft werden. Gerade für KMU sind Mehrwerte nicht ad hoc sichtbar und fehlt oft Know-how bzgl. technischer Möglichkeiten. Dennoch sind diese Anwendungsgebiete für KMU relevant, daher ist ein Ziel des Forschungsprojektes „FIT4BA“, einen niederschweligen Zugang zu Big Data und Artificial Intelligence zu bieten. (1)

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit dem Informationsbedürfnis von Unternehmen zu Big Data und Artificial Intelligence. Herausforderungen und Mehrwerte bei der Umsetzung von Big-Data- und Artificial-Intelligence-Projekten wurden aus Sicht von Unternehmen erhoben. Außerdem wurde erfragt, wie Content gestaltet sein muss, um diese komplexen Themen fassbar zu machen.

Um diesen Fragestellungen nachzugehen, wurden qualitative Interviews bei 12 Unternehmen in 8 verschiedenen Branchen durchgeführt. Diese werden in einem weiteren Schritt mittels qualitativer Inhaltsanalyse (2) ausgewertet. Ergebnisse zeigen, dass große Herausforderungen u. a. in der Generierung von technischem Know-how (Kosten-Nutzen-Frage) und im Umgang von Mitarbeiter\_innen mit der Thematik (Motivation, Verständnis) liegen. Mehrwerte werden von den Umsetzer\_innen darin gesehen, Prozesse optimieren, etwas über das Unternehmen lernen und Kund\_innen neue Möglichkeiten aufzeigen zu können.

Bei den Prozessen unterstützender Content soll praxisnah sowie übersichtlich und verständlich sein. Online-Content wird im Vergleich zu Print klar favorisiert. Als relevant werden vor allem Case Studies und der persönliche Austausch eingeschätzt. Die Ergebnisse fließen in eine Content-Strategie ein. Diese fasst Projektziele, Unternehmensbedürfnisse und Anforderungen an den Content zusammen (3) und stellt so einen niederschweligen Zugang sicher (4).

Diese Studie ist Teil des Forschungsprojektes „FIT4BA“, das auf die Schaffung eines anwendungsorientierten Forschungs- und Innovationszentrums zu Big Data Analytics und Artificial Intelligence an der FH JOANNEUM abzielt.

## Literatur:

(1) Prem, E., & Ruhland, S. (2019). Artificial Intelligence Potenzial Österreich: Zahlen, Daten, Fakten (S. 101). Abgerufen von Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (BMVIT) website: [https://www.kmuforschung.ac.at/wp-content/uploads/2019/03/ai\\_potenzial\\_oesterreich.pdf](https://www.kmuforschung.ac.at/wp-content/uploads/2019/03/ai_potenzial_oesterreich.pdf)

(2) Kuckartz, U. (2018). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (4., überarbeitete Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

(3) Casey, M. (2015). The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines, and Templates for Getting Content Right (1 edition). New Riders.

(4) Halvorson, K., & Rach, M. (2012). Content Strategy for the Web; second edition (Second). New Riders.