

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Aktuelle und zukünftige Bedeutung von KI für die Wirtschaft und das Marketing</b>	<b>1</b>
<b>2 Best Practice China oder: So geht New Marketing</b>	<b>5</b>
<b>3 Hindernisse und Lichtblicke, KI mit Erfolg zu nutzen</b>	<b>9</b>
3.1 Das Wissen zu KI ist nach eigener Einschätzung eher gering	9
3.2 Die Einstellung gegenüber KI verändert sich zwar positiv, es gibt aber weiterhin SkeptikerInnen	11
3.3 Die KI-Einschätzungen von Führungskräften und Mitarbeitenden im selben Team unterscheiden sich deutlich	13
3.4 Der Fokus auf Daten ist teilweise nur gering ausgeprägt	14
3.5 Die Erfahrungen mit KI bewegen sich bisher auf geringem Niveau	15
3.6 Die Schnittstelle zum Markt ist eine Herausforderung	16
3.7 Das Ergebnis dieser Hindernisse: Wenig Pilote, wenig Alltagsanwendung und zwei KI-Lichtblicke	18
<b>4 So gelingt der erste Pilot – Eine Anleitung in drei einfachen Phasen</b>	<b>19</b>
<b>5 Trotz erfolgreichem Piloten keine nachhaltige Nutzung von KI? – Was tun?</b>	<b>25</b>
<b>6 Mit diesen SaaS-Tools erfolgreich KI nutzen, ohne selbst codieren zu müssen</b>	<b>29</b>
<b>7 Fazit/Management-Take-Away</b>	<b>33</b>
<b>Literatur</b>	<b>37</b>