

KI WIRD SELBSTSTÄNDIG

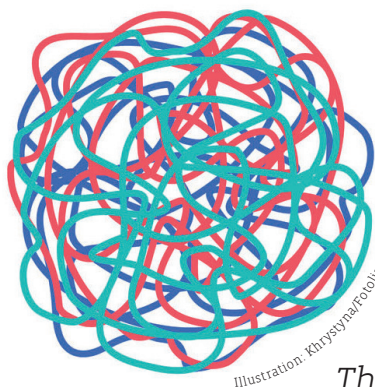


Illustration: KhrystynaProtolova.com

Technologischer Fortschritt schlägt sich in Medien und PR in der Wahl von Themen und Bezeich-

nungen nieder. Per **Langzeitbeobachtung** (2004-2018) mit der Research-Methode „FirstSignals“ hat pressrelations für das prmagazin analysiert, wie der Begriff **Künstliche Intelligenz (KI)** der **Digitalisierung** Dampf macht – und mit welchen Themen die zehn deutschen Top-Unternehmen im Kontext von KI präsent sind.

Das Thema **Künstliche Intelligenz (KI)** war **zwischen Mitte 2017 und Mitte 2018 deutlich im Aufschwung**. Wurden 2017 lediglich 6.000 Artikel erfasst, war die Zahl mit 15.000 Artikeln ein Jahr später 2,5-mal so hoch. Das ist zwar längst nicht so viel wie zum Thema Digitalisierung, das im zweiten Halbjahr 2018 bis zu 63.000 Artikel erzielte. Doch aus den Verläufen beider Begriffe lässt sich ableiten: KI könnte künftig die beherrschende Rolle einnehmen.

Der Trendverlauf des derzeit dominierenden Themas Digitalisierung deutet auf einen typischen Hype. Nach einer langen Phase geringer Zuwächse explodierte die Zahl der Artikel ab dem zweiten Halbjahr 2014. Den größten Sprung erlebte der Begriff Digitalisierung zu Beginn der progressiven Entwicklung: Gestartet mit 4.700 Artikeln (2. Halbjahr 2013) stieg die Zahl innerhalb eines Jahres auf 8.700 Beiträge, dann auf 18.400 Artikel (2. Halbjahr 2015) bis auf 63.000 Artikel (2. Halbjahr 2018).

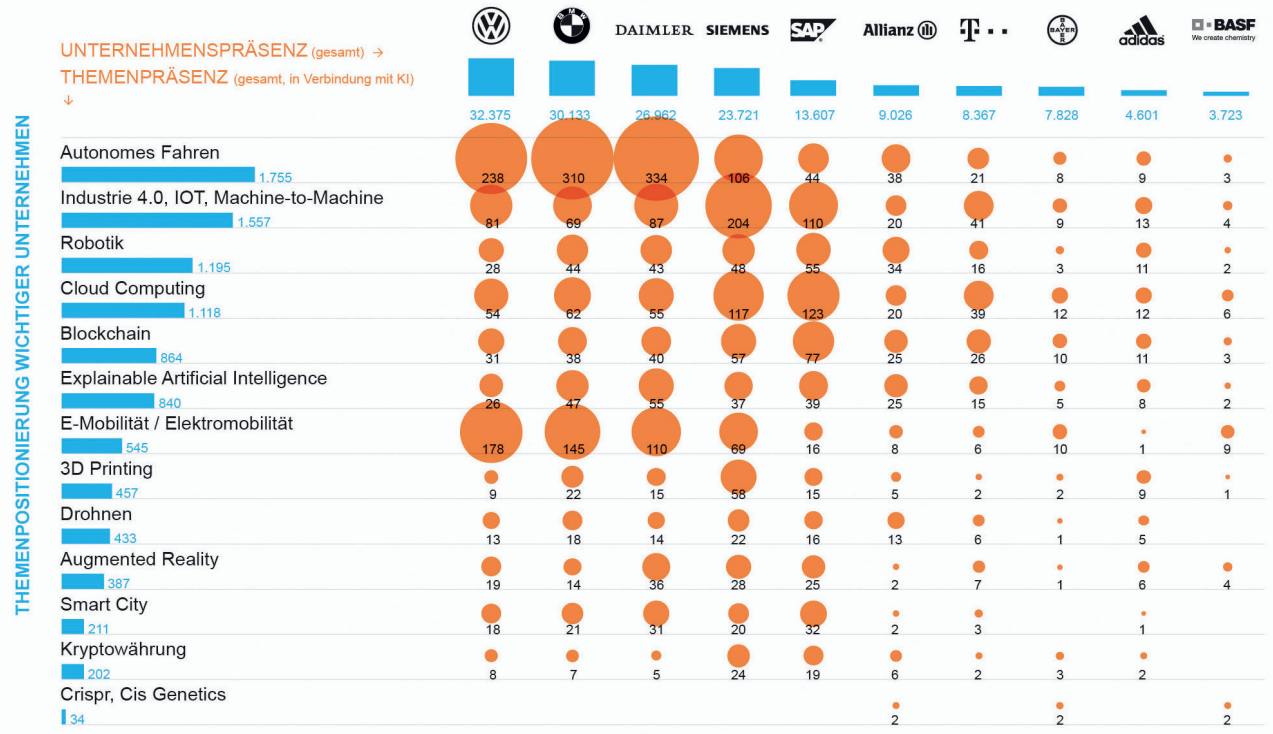
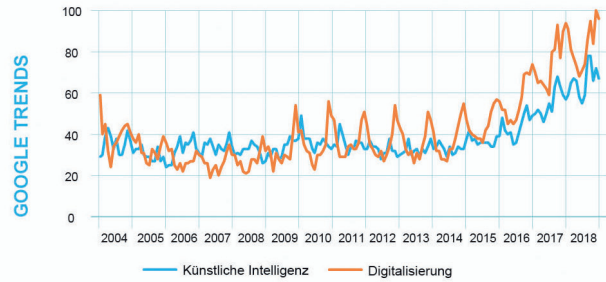
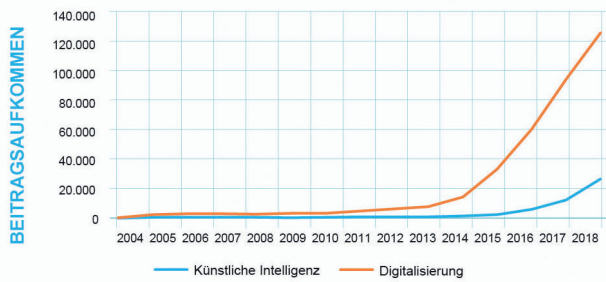
Doch der Zenit schien 2017 überschritten. Die Zuwachsraten waren seither niedriger. Der Monatsvergleich vom November 2018 mit einem „Allzeit-hoch“ von 6.600 Artikeln und einem scharfen Abfall auf nur noch 3.000 Artikel im Dezember 2018 macht das deutlich.

Anders gesagt: KI hat sich emanzipiert. Der Begriff hat sich aus dem Ursprungskontext Digitalisierung gelöst. Erneut ist ein typischer Trendverlauf erkennbar: von 79 Artikeln (2. Halbjahr 2004) auf 353 (2. Halbjahr 2005). Anschließend gab es lediglich geringe Zuwächse. Zeitgleich mit dem Durchstarten des Themas Digitalisierung nahm KI ähnlich an Fahrt auf: von 440 Artikeln im zweiten Halbjahr 2013 über 816 im ersten Halbjahr 2014 auf zuletzt 15.000 Artikel.

Aktuell befindet sich KI immer noch in einem „Präsenz-Gap“, gemessen an ihrer Bedeutung als Schlüsseltechnologie in Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft und im Verhältnis zu Digitali- >

Der Begriff KI hat sich emanzipiert und aus dem Ursprungskontext Digitalisierung gelöst. Im Unternehmenskontext dominieren die Themen Autonomes Fahren, Industrie 4.0, Robotik und Cloud Computing.

DIE TOP-TRENDTHEMEN IN VERBINDUNG MIT KI



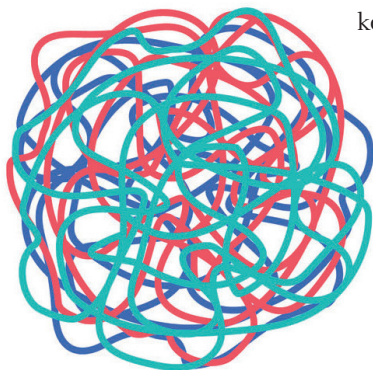
Themen-Matrix: Basis für die Auswertung bildet das Medienpanel deutscher Pressedatenbanken im Zeitraum 01.07.2018 bis 31.12.2018
 Google Trends: Die Werte geben das Suchinteresse zu den beiden Themen relativ zum höchsten Punkt im Diagramm an.

Erarbeitet und zur Verfügung gestellt von:
pressrelations

sierung: Die Zahl der ausgewerteten Artikel ist relativ niedrig. Doch der Blick auf die Google-Suchanfragen zeigt eher parallel laufende Anstiege zu beiden Begriffen an. Erst seit 2017 suchten die User, allerdings mit starken Schwankungen, signifikant häufiger nach dem Begriff Digitalisierung.

Das sich abzeichnende nächste „Big Thing“ KI ist es wert, im Kontext anderer Top-Themen näher betrachtet zu werden: Autonomes Fahren (1.755 Artikel), Industrie 4.0 oder Internet of Things (IoT; 1.557), Robotik (1.195) und Cloud Computing (1.118) auf den Plätzen eins bis vier. Jedes dieser Themen brachte zwischen 5.000 und 10.000 Artikel hervor, und KI erzielte in diesem Kontext gute Themenpräsenzswerte zwischen 10 und 20 Prozent. Mindestens jeder zehnte Artikel thematisiert etwa Autonomes Fahren in Verbindung mit KI.

In den 433 Beiträgen, die Drohnen mit KI kombinieren, ging die Tonalität in konträre Richtungen: Entweder wurden Drohnen als autonome Waffensysteme oder „Slaughterbots“ kritisiert, oder es wurde über autonome Liefer-Drohnen zum Beispiel für den Versandhandel berichtet. Das Trend-Thema 3D-Druck plus KI war mit 457 Artikeln ebenfalls stark präsent. War der 3D-Druck schon als alleiniges Thema stark sichtbar, zeigt sich



In Artikeln zu KI und Autonomem Fahren sind VW, BMW, Daimler sowie Siemens und SAP am präsentesten.

in der Auswertung deutlich, dass hochentwickelte 3D-Druckverfahren das experimentelle Stadium verlassen haben und sich in der Industrie durchzusetzen beginnen.

Ebenso spannend und in einem noch viel früheren Stadium zu beobachten: die Kombi von KI und der „Gen-Schere“ Crispr. Zwar gab es dazu nur 34 Artikel, jedoch bildet sich in diesen das Zusammentreffen höchst unterschiedlicher technologischer Entwicklungen ab. Im Silicon Valley als „Convergence“ ebenfalls noch ein frisches Thema, zeigt sich, dass KI und Biotech – in Deutschland als „syn-

thetische Biotechnologie“ bezeichnet – künftig nicht mehr auseinanderzudenken sein werden. Komplexe Proteinstrukturen für Medizin und Landwirtschaft etwa können mithilfe von KI-Software analysiert und gestaltet werden.

Eine Überraschung ist das Thema XAI – Explainable Artificial Intelligence. Es lag mit 840 Artikeln klar vor populären Themen wie E-Mobilität (545 Artikel). Vor allem US-Medien diskutierten darüber, von Wired über die New York Times bis zum Economist. XAI soll KI-basierte Entscheidungen transparent machen und befasst sich damit, Effizienz und Risiken beim Einsatz von KI im Vergleich zu konventioneller Technik oder menschlichem Agieren auch in gesellschaftlicher und ethischer Hinsicht zu bewerten. Es geht etwa darum, den persönlichen und möglicherweise diskriminierenden Bias von Programmierern in der KI zu identifizieren oder Haftungsfragen nach Unfällen zu klären, die autonom gesteuerte Fahrzeuge verursacht haben.

Betrachtet man die Präsenz von Unternehmen in den Berichten zu KI in Verbindung mit Autonomem Fahren, fällt auf, dass VW, BMW und Daimler sowie Technologieriesen wie Siemens und SAP die Nase vorn hatten. Die drei Autobauer allein sind in der Hälfte aller Artikel dazu genannt.

Der hohe Share of Voice setzte sich in Kombination mit dem Thema E-Mobilität fort. In 80 Prozent der Artikel dazu ist einer der drei Autobauer genannt. Dagegen beherrschte Siemens die Beiträge zu KI in Verbindung mit IoT (Internet of Things): 204 von 1.557 Artikeln erwähnten den Technologiekonzern im Zusammenhang mit dieser Themenkombination. Überraschend ist der (wenn auch mit zwölf Artikeln minimale) Vorsprung von SAP in der Verknüpfung von KI und Smart Cities.

Unerwartet schwach schnitt die Allianz ab, und das bei Themen, die die Finanzbranche schon länger heiß diskutiert: Blockchain (25 Artikel) sowie Kryptowährungen (6 Artikel) finden wenig Niederschlag in Artikeln zu dem Versicherer. Die Telekom war ebenfalls wenig präsent, selbst in Feldern wie KI und Augmented Reality. Nur 7 von 387 Artikeln entfielen auf den Kommunikationskonzern.

Auch Adidas erreichte wenig Präsenz im Feld IoT sowie Robotik plus KI. Das ist erstaunlich, steht doch der Sportartikelhersteller mit seiner Speed Factory für eine robotergesteuerte Echtzeitproduktion on demand. Es scheint, als sei die Außenwirkung der „Hightech-Strategie 2020“ verbesserungsfähig, mit der sich Adidas als Vorreiter für intelligente, vernetzte B2C-Produktion positioniert. ◀