

PRESSEMITTEILUNG**MEDIENTAGE MÜNCHEN 2024 vom 23. bis 25. Oktober**

AI Summit – Getting it Right

KI kann wertschöpfende Prozesse unterstützen

München, 25.10.2024 – Deutsche Medienhäuser stehen angesichts der fortschreitenden Verbreitung generativer Künstlicher Intelligenz (KI) vor großen Veränderungen. Beim AI Summit der MEDIENTAGE MÜNCHEN haben sich deshalb Expert:innen mit der Frage beschäftigt, welche Strategien entwickelt werden können, um sich im Zeitalter von KI neu zu positionieren.

In seiner Keynote war es Tino Krause, Regional Director Central Europe von Meta Platforms, vor allem wichtig, die Chancen zu betonen, die aus KI für Unternehmen entstünden. Hierzulande stehe häufig eher die Betrachtung der Risiken im Vordergrund. Krause hob auch die Bedeutung von Aus- und Weiterbildung hervor, bei der Deutschland im internationalen Vergleich genauso hinterherhinke wie etwa bei der Bereitschaft, Risiko-Kapital zu investieren, um Unternehmen fit für die Herausforderungen der kommenden Jahre zu machen.

Den Willen, die Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz positiv zu sehen, betonte auch Dr. Florian Herrmann, Leiter der Bayerischen Staatskanzlei und Staatsminister für Bundesangelegenheiten und Wirtschaft. „Wir leben glücklicherweise nicht in Zeiten, in denen den Menschen nichts einfällt! Wir müssen aber besser darin werden, Technologie zu fördern.“ Das gelinge nicht immer – gerade etwa im Bereich der Regulierung.

Dass regulatorische Anforderungen nicht strenger werden sollten, forderte Jens Redmer, Head of AI Product Policy bei Google, und hob hervor, wie wichtig es sei, den Zug nicht zu verpassen und vorhandene Tools anzuwenden: „Es war nie einfacher, digitale Chancen zu nutzen als mit Künstlicher Intelligenz.“ Das gelte auch und vor allem für den Bereich Schule, Bildung und Ausbildung. Dafür gebe es aus der Wirtschaft viele Angebote, um beispielsweise Zertifikate zu erwerben. Es sei – Stichwort Mindset – von allen Seiten Veränderungsbereitschaft gefragt.

Alessandro Alviani, Lead Generative AI bei der Süddeutschen Zeitung, betonte hingegen den Sinn von Regulierung, die in der Vergangenheit bereits zahlreiche wichtige Entscheidungen im Sinne der Menschen getroffen habe, etwa im Bereich Datenschutz: „Es geht um die verantwortungsvolle Nutzung von KI,“ argumentierte Alviani. Diesen Punkt hob auch Claudia Paganini hervor. Die Professorin für Medienethik an der Hochschule für Philosophie in München ergänzte: „Wir sollten nicht an verstaubten Normen festhalten.“ Allerdings solle Transparenz die neue Wahrhaftigkeit sein, denn das Prinzip Wahrheit mache in einer KI-gestützten Welt keinen Sinn. Dieser Ansatz bleibe hinter der Realität zurück: „Transparenz ist die weichere Forderung, die können wir sinnvoll einfordern.“ Das bisherige Erfolgsrezept „schneller, höher, produktiver“ gelte nicht mehr für das Zeitalter der Künstlichen Intelligenz. Das neue Erfolgsrezept müsse „qualitativ hochwertiger“ lauten. Hier sei die Politik gefragt, die Rahmenbedingungen zu verbessern, sagte Paganini.



Im KI-Zeitalter seien außerdem Partnerschaften unabdingbar, urteilte Google-Manager Jens Redmer: „Insbesondere mit Medienunternehmen stehen wir in fruchtbaren Beziehungen. Wir sorgen dafür, dass Inhalte sichtbar werden, die zuvor schwer auffindbar waren – nicht nur, aber auch mithilfe von KI.“ Die Technologie nehme den Menschen unangenehme oder öde Aufgaben ab, so dass mehr Zeit für erfreulichere Tätigkeiten bleibe: „Die Tools sind dafür da, wertschöpfende Prozesse zu unterstützen.“

Was die Politik tun könne, damit Deutschland nicht hinterherhinke? In diesem Zusammenhang hob Staatsminister Herrmann die Rolle des Staates hervor, die Entwicklung zwischen allen Playern zu synchronisieren. Claudia Paganini bemängelte, dass sich die Debatte oft zu stark auf konkrete unternehmerische Ergebnisse konzentriere: „In der Diskussion um KI sollte auch unsere moralische Verantwortung eine Rolle spielen und Themen wie Arbeitsbedingungen oder Umweltverträglichkeit in den Fokus rücken.“ Geschehe dies nicht, mache sich Verunsicherung in der Gesellschaft breit.

In der Schlussrunde betonten alle Expert:innen die Bedeutung einer positiven Betrachtung von KI. Deutschland stehe zwar nicht an der Spitze – vor allem nicht im Bereich der Wertschöpfung –, habe aber große Möglichkeiten und biete viel Potenzial. Insbesondere die Rolle der hiesigen Qualitätsmedien sei außerordentlich, weil KI eben nicht nur positive Seiten habe. Dies sei stets kritisch zu hinterfragen und ein gesellschaftlicher Diskurs darüber anzustreben. Denn nicht zuletzt müssten die Menschen begreifen, was das mit ihnen persönlich zu tun habe.

