



SAS Studie: KI steckt noch in den Kinderschuhen - trotz des Hypes

Technologie ist da, Umsetzung in die Praxis steht noch immer vor verschiedensten Hürden

Amsterdam, 17. Oktober 2017 - So groß der aktuelle Hype rund um künstliche Intelligenz (KI, englisch: AI) derzeit auch sein mag: Die meisten europäischen Unternehmen stehen bei der Umsetzung in die Praxis noch ganz am Anfang. Das ist das Ergebnis einer Befragung unter 100 Firmen in ganz Europa. SAS, einer der weltgrößten Softwarehersteller, hat die Studie Enterprise AI Promise heute anlässlich der Analytics Experience 2017 in Amsterdam vorgestellt. Demnach haben die meisten der Unternehmen immerhin bereits begonnen, die Potenziale von KI für ihr Geschäft zu diskutieren oder erste Projekte gestartet. Insgesamt herrscht ein großer Optimismus, was KI betrifft. Nicht alle Befragten zeigen sich allerdings überzeugt davon, dass ihr Unternehmen die Mittel besitzt, um die Potenziale auch zu nutzen.

Der Flaschenhals liegt dabei nicht in der Technologie - passende Lösungen seien in der Regel bereits verfügbar, so die mehrheitliche Überzeugung. Die weitaus größeren Hürden stellen für die meisten Studienteilnehmer der Mangel an Data-Science-Know-how, organisatorische Gründe und fehlende soziale Akzeptanz dar.

Für 55 Prozent der Befragten liegt die größte Herausforderung in der Veränderung der Arbeitswelt - also dem potenziellen Jobverlust durch KI einerseits und neuen Berufsbildern rund um KI andererseits. Ethische Faktoren wurden am zweithäufigsten genannt.

Data Scientists fehlen

Großer Handlungsbedarf bleibt beim Know-how im Unternehmen: Nur 20 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, mit ihren Data-Science-Teams gut für KI aufgestellt zu sein, während 19 Prozent noch gar keine solchen Teams haben. Entsprechende Personalprogramme und organisatorische Maßnahmen planen 28 Prozent der Unternehmen, während 32 Prozent den Aufbau von KI-Wissen über Weiterbildungsmaßnahmen in Angriff nehmen wollen.

Allerdings ist die Zuversicht der Unternehmen in Bezug auf KI noch nicht sehr ausgeprägt. Fast jedem zweiten Befragten (49 Prozent) fehlt es an Vertrauen in die Ergebnisse, die KI liefert - das gilt darüber hinaus generell für Technologien, die für die meisten eine "Black Box" darstellen.

Erst jedes vierte Unternehmen hat geeignete Infrastrukturen

Die Studie untersuchte auch, ob bei den Unternehmen die notwendigen Infrastrukturen bereits vorhanden sind. Hier zeigt sich eine Dreiteilung zwischen denjenigen, die sich und ihre Infrastruktur für KI gerüstet sehen (24 Prozent), der Gruppe, die Updates und Änderungen für erforderlich halten (24 Prozent) und denjenigen, die noch gar nicht über eine geeignete Plattform für KI verfügen (29 Prozent).

"KI hat in letzter Zeit riesige Fortschritte gemacht. Heute können Algorithmen mit beeindruckender Präzision Aufgaben erledigen, die bisher dem Menschen vorbehalten waren", erklärt Oliver Schabenberger, Executive Vice President und Chief Technology Officer von SAS. "Früher undenkbar: Ein Algorithmus hat den besten Go-Spieler der Welt geschlagen. Wir hatten immer gedacht, das Spiel sei nicht per Computer abzubilden - zumindest nicht durch menschliche Programmierer. Jetzt hat es eine Maschine geschafft. Nachdem das System einmal die Regel verstanden hatte, lernte es zu spielen - besser, als es der beste menschliche Spieler kann. Wir können dieses Wissen nutzen, um Business-Aufgaben besser zu lösen, als es die statischen Systeme von heute können. Wir können Systeme entwickeln, die Geschäftsregeln lernen und sie dann selbstständig verbessern. Daran arbeiten wir intensiv bei SAS."

Für die Studie wurden zuständige Manager von 100 Unternehmen aus den Branchen Banken, Versicherungen, produzierende Industrie und Handel sowie Vertreter der öffentlichen Verwaltung in ganz Europa befragt.

circa 3.900 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Ingo Weber
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,2 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 139,7 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an mehr als 83.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden rund um den Globus THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

