

Wie kommt künstliche Intelligenz in die Unternehmen?

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

19/12/2018 Ein Interview mit Google-Manager Marc Ritter

Ohne Umschweife kommt Google-Manager Marc Ritter zum Punkt: “Es gibt nur zwei Arten von Unternehmen: Solche, die künstliche Intelligenz für sich nutzen und die anderen, die sterben werden.“ Der Leiter des Firmenkundengeschäfts von Google Deutschland appellierte an die Chef-Einkäufer verschiedener Unternehmen, die der Einladung der Managementberatung Porsche Consulting gefolgt waren. Mitten im Porsche-Werk in Stuttgart-Zuffenhausen trafen sie sich, um über Zukunftschancen der Beschaffung zu diskutieren. „Befreit eure Daten“, so Ritters Credo an diesem Abend. Denn aus den zahlreichen Daten, die in traditionellen Unternehmen oft isoliert voneinander existieren, könnten Algorithmen enorme Potenziale für Verbesserungen und Einsparungen ermitteln – vorausgesetzt sie werden miteinander verknüpft. Künstliche Intelligenz werde von vielen Bereichen noch unterschätzt. Gerade im Vertrieb, im Marketing oder in der Beschaffung könne sie großen Nutzen und dadurch

Wettbewerbsvorteile bringen.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-consulting/porsche-consulting-interview-google-manager-marc-ritter-kuenstliche-intelligenz-16661.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/4d270070-9729-43e2-8600-caf22a2fcd41.zip

Externe Links
https://www.porsche-consulting.com/de/home/

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart