

Warum 2019 das Jahr der Künstlichen Intelligenz in Deutschland wird

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

17/01/2019 Neues Jahr, neuer Start: Zu Jahresbeginn fassen wir nicht nur gute Vorsätze in Sachen Fitness, Gesundheit und Achtsamkeit, sondern wir denken auch darüber nach, was es an Trends gibt und was uns in den nächsten zwölf Monaten beschäftigen wird. Anja Hendel, Leiterin Porsche Digital Lab Berlin, gibt einen ganz persönlichen Ausblick.

Der Artikel „30 Big Ideas für 2019“ bei LinkedIn gibt einen spannenden Überblick darüber, welche Trends Leute aus den verschiedensten Branchen für das neue Jahr sehen. An einem Thema kommt man in diesem Zusammenhang nicht vorbei: Künstliche Intelligenz (KI). Dieser „Trend“ steckte schon letztes Jahr in unseren Köpfen. Und im Jahr davor. Und im Jahr davor. Der Begriff „Trend“ wird der

zugrundeliegenden Technologie nicht wirklich gerecht, ist sie doch genauso revolutionär, vielschichtig und mächtig wie die Erfindungen von Tim Burners Lee: HTML und das World Wide Web. Und auch 2019 wird die KI für uns im Porsche Digital Lab und in fast jedem anderen Unternehmen weltweit wieder von allerhöchstem Interesse sein.

Grundlagenforschung und Ingenieurskunst: Warum finden sie nicht zusammen?

2019 wird das Jahr der Künstlichen Intelligenz in Deutschland – da bin ich mir vollkommen sicher und es ist auch höchste Zeit dafür. Wenn es um Grundlagenforschung geht, sind wir mit Einrichtungen wie dem Karlsruher Institut für Technologie, dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz oder Forschungskooperationen wie dem Cyber Valley in Tübingen gut aufgestellt.

Von München bis Bremen wurden in den letzten Jahren neue Lehrstühle für Maschinelles Lernen, Computerunterstütztes Sehen und Robotik geschaffen. Voran es leider in Deutschland noch mangelt, sind tragfähige KI-Geschäftsmodelle.

Das ist aus zwei Gründen tragisch: Angesichts dieser Forschungsbasis und der großartigen Ingenieurtradition, die das Gütezeichen „Made in Germany“ prägt, sind wir eigentlich prädestiniert dafür, innovative KI-Lösungen zu entwickeln und die Technologie weiter voranzutreiben. Derzeit nutzen wir dieses Potenzial aber kaum, weil wir zu selten in der Lage sind, Wissenschaft und Praxis zusammenzubringen. Und mein zweiter Punkt hängt direkt damit zusammen: Wozu wir nicht wirklich in der Lage sind, haben andere in China und den USA bereits geschafft. Dort ist es gelungen, Forschung und Entwicklung tragfähiger Geschäftsmodelle zu verschmelzen, nicht zuletzt deshalb, weil Milliarden in den KI-Markt investiert werden.

„Forschungsgipfel 2019“: Wissenschaft, Wirtschaft und Politik an einem Tisch

Vor diesem Hintergrund freue ich mich umso mehr, dass 2019 das Jahr der Künstlichen Intelligenz in Deutschland wird. Die Bedingungen sind so gut wie nie: Das Wissenschaftsjahr 2019 ist diesem Thema gewidmet. Die Bundesregierung hat letztes Jahr ein Strategiepapier zur KI veröffentlicht und eine Enquete-Kommission zur Künstlichen Intelligenz ins Leben gerufen. Und mit Dorothee Bär hat eine Frau, die es schafft zu begeistern, ein wichtiges politisches Mandat zur weiteren Stärkung Deutschlands als digitalem Standort übernommen.

Außerdem wird am 19. März 2019 in Berlin der Forschungsgipfel zum Thema Künstliche Intelligenz stattfinden. Zum fünften Mal werden sich dann etwa 400 Entscheidungsträger, Experten und Vordenker aus Wissenschaft, Wirtschaft, Gesellschaft und Politik treffen, um dem deutschen Forschungs- und Innovationssystem neue Impulse zu geben. Ich bin überglücklich, dazugehören zu

dürfen.

Ich glaube fest daran, dass Innovation rund um das Thema Künstliche Intelligenz und mit ihr nicht im Stillen, sondern nur zusammen stattfinden kann: angefangen von der Zusammenarbeit verschiedener Teams über bunt zusammengesetzte Fachgruppen wie die auf dem Forschungsgipfel bis hin zur Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Praxis. Nur so kann Deutschland zu einem wichtigen KI-Standort werden

Aus diesem Grund wollen wir im Porsche Digital Lab in Berlin ein interdisziplinäres gemischtes Team aus UX-Designern und -Analysten, Data Scientists, Physikern und Entwicklern zusammenstellen. Diese Diversität versetzt uns in die Lage, vollkommen neue Wege beim Testen von Technologien zu gehen und gemeinsam innovative Lösungen zu entwickeln. Außerdem arbeiten wir sehr gern mit externen Partnern wie Start-ups und anderen Unternehmen zusammen. Darüber hinaus ist Porsche auch Partner des Cyber Valley in Tübingen, einer Forschungskooperation, die es sich zum Ziel gesetzt hat, das Wissen aus Wissenschaft und Industrie besser miteinander zu verbinden. Mattias Ulbrich, CIO bei Porsche, hat sich vor Kurzem im Porsche Newsroom etwas ausführlicher zu den Themen „Big Data“ und „Maschinelles Lernen“ bei Porsche geäußert. Außerdem möchte ich gern auf Artikel von Tobias Große-Puppendahl und Dr. Tanja Emmerling in unserem Tech Blog verweisen.

„First Tuesday“ im Porsche Digital Lab

Fruchtbare Zusammenarbeit kann gleichzeitig auch im Alltag stattfinden: Besuchen Sie doch einfach eine unserer „First Tuesday“-Veranstaltungen im Porsche Digital Lab. Wir freuen uns immer über neue Gesichter, neue Ideen, neue Gespräche und neue Ansätze.

Und damit sind wir wieder bei den guten Vorsätzen für das neue Jahr: Mein Team und ich möchten 2019 zu unserem Jahr der Künstlichen Intelligenz machen und unsere Arbeit rund um die Möglichkeiten und Potenziale neuer Technologien fortsetzen und vorantreiben.

Wenn Sie an unserer Arbeit interessiert sind, finden Sie hier regelmäßig Berichte über aufregende Projekte und kluge Köpfe. Sie können uns auch auf Twitter folgen – unter dem Hashtag #FoGip19 finden Sie vor, während und nach dem 19. März alle Informationen zum Forschungsgipfel.

MEDIA ENQUIRIES



Anja Hendel

Director at the Porsche Digital Lab Berlin

Bildunterschriften

Pfad: media/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: Porsche Digital Lab Berlin, 2019, Porsche AG
Bildunterschrift: Porsche Digital Lab Berlin

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/innovation/digital-deep-tech/porsche-digital-ki-trends-technologie-anja-hendel-17836.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/dbc05b19-60a5-412e-8e11-ff7de891d0ae.zip