

Kolumne

Algorithmen sind böse, Künstliche Intelligenz ist lieb

Ich habe mich an dieser Stelle auch schon über die Verwendung von Buzzwords in der Kommunikation der IT-Anbieter ausgebreitet – zum Beispiel über den inflationären Gebrauch der Bezeichnung «Digitale Transformation» oder «Digitale Revolution». Dabei ist klar: Die Wiederholung wohlklingender Ausdrücke ist zwar sehr gebräuchlich, deren Wirkung aber auch ebenso vergänglich. Ich weiss nicht, welchen Schlagwörtern ich in den vergangenen Jahrzehnten schon alles begegnet bin – es waren auf jeden Fall unzählige! Eine Zeitlang war plötzlich alles «End-to-End» oder geschah «in Echtzeit», und die Cloud wird mittlerweile auch schon für jeden hundskommunen Software-Betrieb auf Blech benutzt. Es kontrolliert ja eh keiner, ob die Lösung auch wirklich virtualisiert und standardisiert ist. Apropos Lösung: Produkte gibt's ja schon längst nicht mehr, alles ist eine «Lösung». Ich erinnere mich noch gut, als ich vor vielen Jahren eine Produkt-PR für einen Beamer erhielt, der als Lösung präsentiert wurde. Bereits damals reichte es aus, eine Lösung zu sein, solange nur ein Stromkabel und ein Stecker dran war. Doch das genügt heute längst nicht mehr.

Es war einmal Big Data

Eine Lösung zu sein, ist heute eine notwendige, aber nicht hinreichende Voraussetzung. Seien wir ehrlich: vor einigen Jahren schnellte das Thema digitale, disruptive Revolution auf und es hält immer noch an. Zu recht in vielen Fällen. Verstehen Sie mich nicht falsch. Ich habe lange Jahre die mangelnde Aufmerksamkeit der breiten Öffentlichkeit für die Bedeutung der Informatik für unser Leben beklagt. Auch habe ich immer gesagt, dass die Bevölkerung viel mehr zu begeistern wäre, würde man ihr das vielfältige, im Hintergrund ablaufende Zusammenspiel der IT mehr ins Bewusstsein bringen. Und ich bin froh, dass dies – nun halt eben mit dem Dauerbrenner «Digitalisierung» – besser geworden zu sein scheint. Was



*Markus Häfliger berät als Gründer und Inhaber von Häfliger Media Consulting IT-Unternehmen in allen Belangen der Medienarbeit. Vor seinem Wechsel in die PR-Branche im Jahr 2010 war er während zehn Jahren als Redaktor und Chefredaktor von «Swiss IT Reseller» tätig und somit für den Aufbau des Branchenmagazins mitverantwortlich.
www.haefligermediaconsulting.com*

ich aber seit Kurzem beobachte, geht selbst mir als PR-Berater zu weit: Der Missbrauch der künstlichen Intelligenz für alles und jedes, das irgendwie mit Datenauswertung zu tun hat. Ich meine hallo? Da wird bei einem Geschäftsprozess nicht mehr von der Auswertung unstrukturierter Daten gesprochen. Big Data war mal das Stichwort dazu. Heute muss hinter demselben Procedere schon mindestens ein «selbstlernendes System» stecken. Dies selbst, wenn an den Parametern eines Algorithmus ganz einfach ein Mensch schraubt.

Algorithmen sind böse

Aber Algorithmen sind ja eh out. Die einstige Begeisterung für sie hat sich seit dem Bekanntwerden der Daten-skandale bei Facebook und dem Misstrauen, das von Seiten Politik und Öffentlichkeit plötzlich aufgepoppt ist, radikal in Ablehnung gekehrt. Algorithmen sind böse – so böse, wie es früher mal die Künstliche Intelligenz war. Dieses Konstrukt muss nun aber plötzlich für alles und jedes herhalten.

Okay, Machine Learning geht auch noch knapp durch. Am schönsten hält aktuell die Künstliche Intelligenz meiner Beobachtung nach in der Welt der Cybersecurity Einzug. KI kann jetzt scheinbar verdächtiges Verhalten schon im Voraus erkennen. Dabei weiss doch jedes Kind, dass die IT-Sicherheit den Angreifern immer hinterher hinkt. Liest man solche Unterlagen aber genauer, stellt man denn auch fest, dass es nicht «KI macht» heisst, sondern bei «KI kann» bleibt. Die PR-Abteilung wird vermutlich sogar noch den Konjunktiv («KI könnte») in den Indikativ verdreht haben. Also wirklich, was KI alles können soll, kann ich selbst im Internet nachlesen. Dafür braucht's doch keinen «Head of», der mir das erklärt. Also frage ich: wohin soll das noch führen, wenn schon bald jede Datenbankabfrage als Künstliche Intelligenz verkauft wird? Künstliches Leben vielleicht?

Markus Häfliger