

Seite 3

Sie wissen, was wir suchen

Mehr als 50 Berliner Start-ups entwickeln künstliche Intelligenz. Das ist nützlich. Und riskant – wenn der Mensch sich selbst überholt

VON JOCHEN KNOBLACH

BERLIN. Der Weg zum Labor führt durch ein schmales, dunkles Treppenhaus mit geschmiedetem Geländer und Granitstufen so dick wie Eisenbahnschwellen. Die Treppe ist eineinhalb Jahrhunderte alt und gehörte einmal zur Königsstadt-Brauerei, in der bis vor 100 Jahren tatsächlich Bier gebraut wurde. Später schraubte man in dem Eck zwischen Schönhauser Allee und Torstraße Autos zusammen, baute Möbel und züchtete sogar Champignons. Doch die Zeiten haben sich geändert: Heute wird an der Saarbrücker Straße in Berlin-Mitte an der Atombombe gearbeitet.

„Parlamind“ steht in der zweiten Etage neben einer Stahltür. Dahinter befinden sich große Räume mit Graffiti an den Wänden, Getränkeboxen stehen in den Ecken. In einem Raum sind Schreibtische aufgereiht, an denen junge Leute vor Computermonitoren sitzen. Christian Wolf spricht von Big Data, Echtzeit-Analyse und Machine Learning. Es sei eine Art Schule, sagt der Parlamind-Chef und -Gründer. „Wir bringen Computern das Selbststudium bei.“

Gigantische Datenmengen

Das 2015 gegründete Start-up ist eines von mehr als 50 in Berlin, die künstliche Intelligenz entwickeln. Sie bringen Computern bei, unsere Sprache zu verstehen, Bilder zu erkennen oder Diagnosen zu stellen und dabei selbst immer besser zu werden. Daran wird weltweit zwar schon seit Jahrzehnten gearbeitet, aber erst heute gibt es die nötigen Daten. Zudem haben Computer nun ein Leistungsniveau erreicht, das sie in die Lage versetzt, unvorstellbar große Mengen an Bits und Bytes schnell zu verarbeiten.

Wurden Computer bislang programmiert, so werden sie nun trainiert, selbst zu entscheiden. Schon jetzt werden weltweit mehr Aktien von Maschinen gehandelt als von Menschen. Computer wissen, was wir suchen, bevor wir es eingetippt haben. Und das ist erst der Anfang einer Entwicklung, deren Konsequenzen kaum abzusehen sind und vielfach mit Sorge betrachtet wird. Selbst Elon Musk, der visionäre Tesla- und SpaceX-Erfinder, hält künstliche Intelligenz potenziell für gefährlicher als Atombomben.

Bei Parlamind in Mitte steht ein auf exemplarische Weise harmlos anmutendes Produkt kurz vor der Marktreife. Es ist ein Programm, das Kundenanfragen in Online-Shops automatisieren soll. Eineinhalb Millionen Euro hat das Gründerteam um Christian Wolf für dieses Projekt bei Investoren eingesammelt. Drei Millionen Mails wurden für die Programmierung seziert und analysiert. Nun sei man am Ziel, sagt der Parlamind-Chef und verspricht nach ersten Erfahrungen mit 30 Pilotkunden, zu denen etwa auch der Berliner Herrenmodeversender Modomoto gehört, im Kundenservicebereich eine Produktivitätssteigerung um bis zu 37 Prozent. „Zunächst.“

Das Parlamind-Programm namens Assist kann E-Mails verstehen, den speziellen Kundenwunsch herausfiltern, sogar die Laune des Absenders erkennen. Dann schlägt es dem zuständigen Servicemitarbeiter eine fertig formulierte Antwort vor. Ob dieser die Antwort übernimmt oder variiert, bleibt vorerst noch ihm selbst überlassen. Doch es ist ein heimtückisches Angebot, denn mit jeder Antwort lernt der Computer dazu. Hat er die Perfektion erreicht, ist der Servicemitarbeiter überflüssig. Es gilt heute als sicher, dass im Kundenservice schon bald Maschinen 80 Prozent der Anfragen selbstständig erledigen.

Fabian Westerheide spricht in einer ehemaligen Fabriketage in Kreuzberg vor vielleicht 100 Bankangestellten. Er trägt einen dunklen Anzug mit Einstecktuch, dazu ein weißes Hemd. Mit 30 Jahren ist er jünger als die meisten seiner Zuhörer. Westerheide spricht schnell, laut und sehr unterhaltsam. Es ist seine Show an diesem Abend. Die Banker hängen begeistert an seinen Lippen, bis sie hören, dass für Vermögensberatung schon sehr bald keine Menschen mehr benötigt werden, es keinen Sinn macht, Mitarbeiter vor Computern sitzen und Daten eintippen zu lassen. „Ich will kein Geld dafür bezahlen, dass



Sie trainieren Computer: Parlamind-Chef Christian Wolf und Technik-Chefin Tina Klüwer.

BERLINER ZEITUNG/PAULUS PONIZAK

WANDEL DER ARBEITSWELT

Jobs sind in der Geschichte der Zivilisation schon immer verschwunden. War etwa die Landwirtschaft vor einigen Jahrhunderten noch Hauptarbeitgeber, so arbeiten dort heute nur noch zwei Prozent der Deutschen. Die Digitalisierung wird Berufe jedoch in bislang nicht gekannter Weise verschwinden lassen. US-Wissenschaftler sehen fast jeden Job bedroht, in dem jemand vor einem Monitor sitzt und Informationen verarbeitet. Einige Beispiele:

Taxi-Fahrer und Trucker: Selbstfahrende Autos werden den Job der Droschkenkutschner übernehmen. Viel früher dürften Lkw mit Autopilot unterwegs sein – also ohne Fahrer.

Finanzanalysten: Computerprogramme übernehmen die Analyse großer Datenmengen.

Lokführer: In der Nürnberger U-Bahn sind bereits Züge fahrerlos unterwegs – auch in Detroit, Paris, London und Barcelona.

Übersetzer: Programme, die gehörte Sprache in Echtzeit übersetzen und die Übersetzung auf Kopfhörer senden, gibt es. Die große Verbreitung steht unmittelbar bevor.

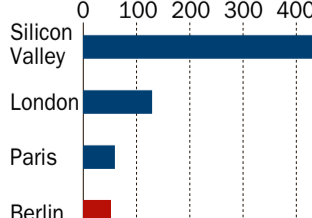


KOPF & KRAGEN

Investor Fabian Westerheide fordert Technologie-Investitionen. Er sagt: „Wir sind nicht dumm, aber träge.“

Künstliche Intelligenz

Zahl der KI-Start-ups in den weltweit wichtigsten Standorten



BLZ/GALANTY; QUELLE: ASGARD.VC

Lagerarbeiter: Waren sortieren, befördern, ablegen und suchen – das alles können Roboter und Maschinen schon jetzt. Vollautomatische Lager sind Realität.

Piloten: Wenn Drohnen mit Fernsteuerung oder komplett automatisch fliegen können, wird das irgendwann auch für Transportmaschinen gelten.

Einkäufer in Unternehmen: Wann was wo benötigt wird, können Programme viel umfassender ermitteln – und bestellen. In Supermärkten ist das bereits Praxis.

Bankangestellte: Überweisungen tätigen, Kreditwünsche entscheiden, Sparpläne aufstellen, Anlagemöglichkeiten empfehlen – Maschinen können das.

Steuerberater: Selbst die komplizierteren Steuermodelle werden nicht mehr von Menschen durchgerechnet, sondern von Computerprogrammen.

Lehrer: Zumindest wird die Zeit bald vorbei sein, dass ein Lehrer vor 30 Kindern spricht. Das wird online geschehen. Dafür nimmt die individuelle Ausbildung nimmt zu.

eine Überweisung drei Tage braucht“, sagt Fabian Westerheide. Das könnten Computer viel schneller und billiger. Als ihn später einer der Bankangestellten fragt, ob ihm diese Entwicklung nicht auch selbst ein wenig Angst bereite, streitet er das nicht völlig ab. Das sei aber nicht relevant, sagt er dann. Entscheidend sei, dass hier ein Tsunami unaufhaltsam unterwegs sei. „Wenn ich ihn nicht abwenden kann, dann gestalte ich doch lieber.“

Westerheide, der Tsunami-Reiter, arbeitet in Berlin und London. Er ist einer der Aktivisten, die die künstliche Intelligenz vor allem in Berlin vorantreiben wollen. Westerheide hat selbst schon einige Start-ups mitgegründet und Beteiligungen an über 20 Firmen. Vor drei Jahren hat er mit Asgard Capital einen eigenen Risikokapitalfonds gegründet, um in sogenannte KI-Unternehmen zu investieren. Laut Westerheides Analyse gibt es derzeit weltweit rund 2 000 junge Firmen, die sich mit künstlicher Intelligenz befassen. Davon sitzen etwa die Hälfte in den USA, 600 agieren in Europa. In Deutschland sind es 90, davon mehr als jede zweite in der Hauptstadt.

Im internationalen Ranking der KI-Hotspots sieht Westerheide Berlin nach dem Silicon Valley, London und Paris auf Platz vier. „Die Stadt ist das deutsche Epizentrum der Entwicklung künstlicher Intelligenz“, sagt er. Hier gebe es die stärkste Gründungskultur, die Investoren und die Multiplikatoren. „Das ist ein Netzwerk, das sich gegenseitig befruchtet.“ Es müsse ja nicht so bleiben, dass es im Silicon Valley zehn Mal mehr KI-Firmen gibt als in Berlin.

Universell einsetzbar

Vor allem in den vergangenen drei Jahren sind in der Stadt eine ganze Reihe von Start-ups entstanden, die das Potenzial haben, unser Leben nachhaltig zu verändern. Sie automatisieren Buchhaltungen und spüren Betrugsversuche bei Kartenzahlungen auf. Sie zerlegen Geschäftsdaten, um daraus neue Märkte abzuleiten, helfen mit der weltweiten Analyse von Innovationsdaten bei Unternehmensentscheidungen oder wollen mit einem digitalen Krankheitsfrüherwarnsystem in den nächsten drei Jahren eine Million Leben retten.

Dennoch ist der bekennende Science-Fiction-Fan Westerheide, in dessen Vision jeder Bereich unseres Lebens digitalisiert wird, nicht zufrieden. Ihm geht das alles zu langsam. „Wir sind das Land der Ingenieure. Wir sind nicht dumm, aber wir sind träge“, sagt er und beklagt, dass im Technologie-Bereich Investitionen gescheut würden. „Wir brauchen kein nächstes Food-Delivery-Start-up, sondern Technologie-Investitionen.“ Die Amerikaner suchten sich erfolgreiche Firmen, um sie dann zu übernehmen. In Deutschland versuchten Großkonzerne noch immer, alles selbst zu machen. Das koste Zeit.

Bei Parlamind in Berlin-Mitte wird derweil der digitale Kundenberater verfeinert. Längst bringt man ihm auch die Spracherkennung bei, wengleich in Online-Shops drei von vier Kundenanfragen per Mail eingehen. Und längst hat das Unternehmen nicht mehr nur das älteste digitale Gewerbe – die Online-Shops – im Visier. Der Parlamind-Chef Wolf denkt auch an Energieversorger, Telefondienstleister oder Reiseanbieter. Das Programm Assist sei universell einsetzbar. „Wir ermöglichen es, Kundenzufriedenheit ohne höhere Kosten herzustellen“, sagt er.

Christian Wolf weiß, wovon er spricht. Er hat bei der Telekom Geschäftsmodelle für mobile Dienste entwickelt und 2008 das Unternehmen Wirkaufens.de gegründet, das es immer noch gibt und über 100 Mitarbeiter beschäftigt. Jetzt hat er ein Start-up, das dafür sorgt, dass Jobs wieder verschwinden, für deren Schaffung sich die erste Start-up-Generation feiern ließ. Wolf verteidigt sich. Servicemitarbeiter würden nicht überflüssig, sondern von Sachbearbeitern zu Verkäufern. Und wenn doch, dann seien es jene die Jobs, die die härtesten sind und schlecht bezahlt würden. Zudem ist er sich sicher, dass anderswo viele neue Jobs entstehen, die es heute noch gar nicht gibt. Call-Center habe man vor 100 Jahren auch noch nicht gekannt.

Der Frauen-Faktor

TV-Werbekunden reagieren auf den Sex-Skandal um den US-Moderator Bill O'Reilly

VON KARL DOEMENS

WASHINGTON. Die Liste ist immer länger. Knapp zwei Dutzend Firmen hatten am Mittwochmorgen angekündigt, keine Werbung mehr in der täglichen Polit-Talkshow von Bill O'Reilly schalten zu wollen. Der 67-jährige Moderator ist das Aushängeschild des konservativen US-Senders Fox und sieht sich mit massiven Vorwürfen der sexuellen Belästigung jüngerer Kolleginnen konfrontiert. Am Ende des Tages war die Boykottliste der Anzeigenkunden auf fast 50 Namen angewachsen – darunter die Tochterunternehmen der deutschen Konzerne Daimler, BMW und Bayer.

„Die Anschuldigungen sind verunsichernd“, erklärte ein Sprecher der nordamerikanischen Mercedes-Benz. „Angesichts der Bedeutung von Frauen für unser Geschäft haben wir den Eindruck, die Sendung ist kein gutes Umfeld, um unsere Produkte anzupreisen.“ Ein Bayer-Sprecher sagte: „Bayer unterstützt eine sichere und respektvolle Umgebung für Frauen.“ Man habe alle Werbespots aus O'Reillys Sendung abgezogen. Japanische, französische und amerikanische Unternehmen handelten genauso.

Nur US-Präsident Donald Trump sieht die Sache anders. Und er hat wie immer einen ganz subjektiven Zugang. Er kenne den Moderator gut, sagte Trump in einem Interview der New York Times: „Er ist ein feiner Kerl.“ Immerhin gehört die Sendung „The O'Reilly Factor“ mit Einschaltquoten von fast vier Millionen Zuschauern zum Lieblingsprogramm der Trump-Anhänger. „Ich glaube nicht, dass Bill irgendetwas Falsches getan hat“, sagte der Präsident.

Damit bekommt die O'Reilly-Affäre, die die sozialen Medien in den USA in Aufruhr versetzt, eine höchst politische Ebene: Immerhin war im Präsidentschaftswahlkampf ein Tondokument aufgetaucht, auf dem Trump erklärte, er wisse, wie man mit Frauen umgehen müsse: „Just grab them by the pussy!“ Auf Deutsch bedeutet das vornehm übersetzt: „Fass ihnen einfach zwischen die Beine!“

Schweigegeld gezahlt

Bekanntgeworden sind die aktuellen Nötigungsvorwürfe gegen O'Reilly durch eine Enthüllungsgeschichte in der New York Times. Den Recherchen des Blattes zufolge habender Moderator oder sein Sender insgesamt 13 Millionen Dollar Schweigegeld an fünf Frauen gezahlt. Die Betroffenen arbeiteten entweder in der O'Reilly-Sendung oder waren dort zu Gast. Ihre Vorwürfe klingen ähnlich. Es geht um ungewollte Avancen, Beleidigungen und Drohungen. O'Reilly soll Frauen in der Redaktion zunächst fördern und dann sexuelle Beziehungen zu ihnen suchen.

Die Vorwürfe der sexuellen Nötigung gegen den Journalisten sind nicht neu. Bereits 2004 hatte die Produzentin Andrea Mackris den Moderator verklagt, weil er sie angeblich aufgefordert hatte, einen Vibrator zu kaufen und während des Masturbierens mit ihm zu telefonieren. Laut Zeugenaussagen existiert eine Tonaufnahme dieser Unterhaltung. Mackris berichtete vor Gericht, der Moderator habe gedroht, jede Frau finanziell zu ruinieren, die sich über sein Verhalten beklage.

Nun könnte der Werbeboykott zum Problem für den Sender Fox werden. „The O'Reilly Factor“ ist eine der wichtigsten Sendungen des TV-Unternehmens, das zum Reich des Medienmoguls Rupert Murdoch gehört. Nach Erhebungen der Recherchefirma Kantar Media soll die Show von 2015 bis 2016 fast 300 Millionen Dollar Werbeeinnahmen eingespielt haben. Dauerhafte Einbußen dürfte der Sender kaum hinnehmen wollen. Allerdings ist derzeit noch nicht klar, wie stark der Anzeigenboykott tatsächlich wirkt. Da oft Werbepakete gebucht werden, könnten einzelne Spots auch in andere Programmteile verschoben werden.



IMAGO

Unter Druck: Star-Moderator Bill O'Reilly.