

KI - Chance und Herausforderung für viele Verlage

Autor: Milad Safar, Managing Partner der Weissenberg Group

Wie bereits schon in vielen anderen Branchen und Wirtschaftszweigen wird mittlerweile Künstliche Intelligenz (KI) auch in der gesamten Wertschöpfungskette des Verlagswesens eingesetzt. Große Verlage nutzen KI am häufigsten zur Beschaffung und Entwicklung neuer Inhalte und zur Klassifizierung von Inhalten, z. B. die Verwendung von Metadaten-Tagging zur Verbesserung der Auffindbarkeit ihrer Inhalte in Verbindung mit Suchmaschinen. Aber auch in Marketing und Vertrieb werden KI-Technologien z. B. zur Ermittlung von Markttrends und zur Unterstützung von Empfehlungsplattformen eingesetzt. Im Gegensatz zur landläufigen Meinung, dass KI eine Bedrohung für die derzeitigen Arbeitskräfte im Verlagswesen darstellt, kann KI die Kreativität erheblich fördern, indem sie es Autoren, Forschern und anderen Kreativen ermöglicht, weniger Zeit in Routineaufgaben und mehr Zeit in die Erstellung neuer Inhalte zu investieren.

Was verbirgt sich hinter dem Begriff Künstliche Intelligenz?

KI ist ein weit gefasster Begriff, der eine Reihe von Technologien umfasst, die durch ihre überlegene Verarbeitungs-, Gedächtnis- und Rechenleistung einen Mehrwert schaffen. Die Befreiung des Menschen von der Notwendigkeit, sich wiederholende Aufgaben auszuführen, regt die Kreativität an, steigert die Produktivität und senkt Kosten. Der Schwerpunkt der KI-Technologie im Verlagswesen liegt auf einer Kombination aus Machine Learning (ML) und Deep Learning (DL) mit text-, bild- und sprachbezogenen Technologien wie Natural Language Processing (NLP), Speech Recognition, Optical Character Recognition (OCR) oder der Computer Vision.

Die Kombination macht`s

ML ermöglicht es, Computer so zu programmieren, dass sie selbstständig aus Daten lernen können, um bessere Vorhersagen zu treffen. Überwachtes maschinelles Lernen erfordert klassifizierte und gekennzeichnete Daten, während unüberwachtes maschinelles Lernen auch aus nicht gekennzeichneten Daten lernen kann. DL, eine Form von ML, bei der neuronale Netze eingesetzt werden, kann große Datenmengen analysieren, um Muster zu erkennen und Entscheidungen zu treffen. Die Verarbeitung natürlicher Sprache (NLP) wandelt Text in Daten um (oder umgekehrt) und ermöglicht es Computern, Wörter und Wortkombinationen zu erkennen und daraus Texte zu erstellen. Text and Data Mining (TDM) Technologien ermöglichen die Extraktion von Wissen aus unstrukturierten Daten oder Texten. Die Bilderkennung (OCR) ist die Fähigkeit, ein Objekt oder eine Figur in einem digitalen Bild oder Video zu erkennen. Die Spracherkennung (NLP) kann die menschliche Stimme erkennen und in Daten für die Analyse umwandeln.

Kollege Roboter

RPA (Robotic Process Automation) ist eine schnelle und praktische Lösung, die im Publishing für Prozesse wie Seitenausrichtung, Formatierung und Plagiatserkennung implementiert werden kann. Menschliche Operationen, die fehleranfällig und zeitaufwendig sein können, können mit einem sogenannten Software-Roboter leicht nachgeahmt werden. Er kann sich in jede Anwendung einloggen, auf E-Mails zugreifen, sie kopieren und einfügen, Daten aus verschiedenen Dateiformaten extrahieren und rechtzeitig Erinnerungen versenden. Da die Konvertierung des Manuskripts eines Autors in eine gedruckte Version des Buches lange dauert, kann RPA dazu beitragen, die Bearbeitungszeit zu verkürzen, die sich derzeit über mehrere Monate erstreckt.



WEISSENBERG

GROUP

Breitgefächertes Einsatzgebiet

KI kann auf vielfältige Weise in der gesamten Lieferkette eingesetzt werden, um den Verlegern Vorteile zu verschaffen, z. B. Zeitersparnis, Qualitätsverbesserung, Verbesserung der betrieblichen Effizienz und Kosteneinsparungen sowie ein verbessertes Kundenerlebnis. Die Vorteile liegen häufig in der Automatisierung von Aufgaben und in der Fähigkeit, große Datenmengen schnell und präzise zu verarbeiten. Zu den gängigsten branchenweiten Anwendungen gehören die Ermittlung von Markttrends für die Beschaffung von Inhalten, die Überprüfung von Urheberrechtsverletzungen, Sprach- und Grammatikprüfungen, Empfehlungsmaschinen und Nachfrageprognosen für die Marketingstrategie und die Verwaltung von Lagerbeständen. Einige Wissenschaftsverlage setzen KI auch ein, um Forschern bei der Organisation und Weitergabe ihrer Inhalte zu helfen und relevante Forschungsergebnisse zu ermitteln. Einige Bildungsverlage entwickeln interaktive adaptive Lernlösungen und es gibt Anzeichen dafür, dass KI zur Automatisierung der Preisgestaltung für Bücher eingesetzt wird.

KI bei der Beschaffung von Autoreninhalten

Textmining-Techniken sind im Verlagswesen relativ weit verbreitet. Sie nutzen NLP zur Erkennung von Schlüsselwörtern oder Wortfolgen, um relevante Inhalte für Autoren zu identifizieren. Diese Techniken bieten Vorteile durch die Automatisierung sich wiederholender Aufgaben und Wissensarbeit z. B. beim Durchsuchen großer Mengen von Websites oder Zeitschriftenartikeln nach bestimmten Informationen. So kann die Zeit, die Autoren für die Recherche, das Zusammenstellen und Zusammenfassen grundlegender Daten, Ressourcen und Forschungsmaterialien aufwenden, erheblich reduziert werden. Technologien zur Textzusammenfassung und Inhaltserstellung bauen auf dem Prozess der Inhaltsextraktion auf und können das maschinell extrahierte Material in lesbaren Text umwandeln.

KI bei der Beschaffung von Verlagsinhalten

Verlage können eine Kombination aus NLP und ML verwenden, um veröffentlichte Online-Inhalte zu durchsuchen, um Cluster von Schlüsselwörtern (Themenbereiche) zu identifizieren und Markttrends zu erkennen. In einigen Fällen werden Verlage diese Technologie nutzen, um ihre vorhandenen Inhalte zu durchsuchen und Lücken in ihrem aktuellen Angebot zu erkennen. In beiden Fällen können diese Informationen strategische Erkenntnisse zu Tage fördern, um Inhalte zu liefern, die den Kundenbedürfnissen besser entsprechen. Die Automatisierung des Suchprozesses senkt die Kosten für die Verlage.

KI in der Inhalts- und Produktentwicklung

Eine Kombination von NLP- und/oder Bilderkennungstechnologie mit ML-Technologie kann von Verlagen eingesetzt werden, um Beiträge mit ähnlich klingenden Absätzen und Sätzen zu kennzeichnen, um Plagiate zu identifizieren und um Urheberrechtsverletzungen durch Scannen von veröffentlichten Materialien zu überprüfen. Die Plagiatserkennung ist dabei der Prozess, bei dem Instanzen der Sprache, Gedanken, Ideen oder Ausdrücke eines anderen Autors im erhaltenen Manuskript gefunden werden. Die manuelle Erkennung von Plagiaten erfordert einen enormen Aufwand und ein ausgezeichnetes Gedächtnis und ist unpraktisch, wenn zu viele Dokumente verglichen werden müssen oder Originaldokumente nicht zum Vergleich zur Verfügung stehen. ML kann sowohl bei der manuellen als auch bei der softwaregestützten Erkennung und der Meldung der Ergebnisse an das Qualitätskontrollteam nützlich sein.



WEISSENBERG

GROUP

KI vereinfacht Prozesse wie das Bearbeiten und Formatieren und eignet sich zudem im Rahmen der Manuskriptbearbeitung auch hervorragend für die Rechtschreib- und Grammatikprüfung. Weitere Beispiele sind die automatische Bewertung der inhaltlichen Qualität von Übersetzungen, die Überprüfung der Richtigkeit von Bildbeschriftungen, die Vorhersage, ob eine Arbeit redigiert werden muss sowie die automatische Übersetzung von Inhalten für andere Märkte. Häufig wird KI auch für die Klassifizierung von Inhalten, z. B. die Verwendung von Metadaten-Tagging zur Verbesserung der Auffindbarkeit ihrer Inhalte, genutzt.

KI in Marketing und Vertrieb

Verlage können Empfehlungsmaschinen, die NLP und ML nutzen, einsetzen, um ihren Lesern zu helfen, die für sie relevanten Inhalte zu finden. Diese Plattformen analysieren Daten über die explizit angegebenen Präferenzen der Leser, ihr Rechercheverhalten und das von anderen mit ähnlichen Profilen. Darüber hinaus kann das Potenzial der KI im Rahmen der Entwicklung von Marketingstrategien zur Analyse historischer Marketingdaten und zur Vorhersage der Nachfrage genutzt werden. Verlage können zudem Chatbots als Einkaufsassistenten für Kunden nutzen, die einen Online-Katalog durchblättern, oder als Messenger, der maßgeschneiderte Updates zu den neuesten Nachrichten liefert. Chatbots können auch mit Antworten auf häufig gestellte Fragen und der Möglichkeit, den Kunden - basierend auf deren Antworten - Produktempfehlungen anzubieten, programmiert werden.

Technologische Herausforderung annehmen

Die Vorteile des Einsatzes von KI im Verlagswesen liegen eindeutig in der Verringerung des Zeitaufwands für routinemäßige Aufgaben, was den Produzenten von Inhalten im Prinzip Zeit und Raum verschafft, sich auf wertschöpfende Tätigkeiten zu konzentrieren, die weniger leicht automatisiert werden können. KI im Verlagswesen hat auch das Potenzial, die Produktivität zu erhöhen, die Risiken der Verlage z. B. durch die Erkennung von Plagiaten zu minimieren und weiter unten in der Wertschöpfungskette die Kosten, z. B. durch die automatische Erstellung von Rechnungen oder durch die Kontrolle der Lagerbestände, zu senken. Verlage werden daher nicht darum herumkommen, sich mit den technologischen Herausforderungen bei der Integration neuer KI-Lösungen in bestehende IT-Infrastrukturen auseinanderzusetzen. Für kleinere Verlage besteht die Herausforderung darin, sich das notwendige Wissen anzueignen, wo und wie sie in innovative Technologien investieren sollen und anschließend die erheblichen Vorlaufkosten für Investitionen in KI und eine entsprechende IT-Infrastruktur zu stemmen.

9.417 Zeichen

Über Milad Safar

Milad Safar ist Managing Partner der Weissenberg Group, die er 2013 mit dem Ziel gründete, Prozesse durch den Einsatz von intelligenten Automatisierungslösungen effizienter zu gestalten. Schon während seines Studiums der Volkswirtschaftslehre interessierte er sich für zukunftsweisende Technologien. Getrieben durch die Erkenntnis, dass viele Prozesse wertvolle Arbeitszeit verschlingen, beschäftigt sich Milad Safar von Beginn seiner Beratertätigkeit an mit den Themen Digitalisierung, Robotics und Künstliche Intelligenz, zu denen er auch regelmäßig Vorträge hält, an Expertenrunden teilnimmt und Beiträge in namhaften Fachmagazinen veröffentlicht. Er ist Co-Buchautor des 2019 von WEKA Media herausgegebenen vierbändigen IT-Lexikons „Informationstechnologie von A-Z“. Als Initiator rief er 2018 das jährlich stattfindende AI Camp Wolfsburg ins Leben, eine Diskussionsplattform rund um die Themen Künstliche Intelligenz, Robotics, Maschinelles Lernen und deren Anwendung.



WEISSENBERG

GROUP

Weissenberg – Effortless Intelligence

Weissenberg Group mit Sitz in Wolfsburg wurde 2013 von Milad Safar und Marcel Graichen gegründet und beschäftigt 82 Mitarbeiter. Weissenberg Group ist der interdisziplinäre Ansprechpartner für hocheffiziente und innovative IT-Lösungen. Das Kerngeschäft der Weissenberg Group wird durch die Unternehmensbereiche Weissenberg Solutions, Weissenberg Intelligence und Weissenberg Potentials abgedeckt.

Das Kerngeschäft von Weissenberg Intelligence bilden die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten, die sich für Unternehmen durch den Einsatz von Robotic Process Automation und Künstlicher Intelligenz ergeben. Im Zentrum steht die Automatisierung standardisierter, regelbasierter Prozesse durch Software-Roboter, um die vorhandenen Ressourcen effizienter einzusetzen und damit für die Unternehmen letztendlich einen wirtschaftlichen Mehrwert zu schaffen.

Als Schnittstelle zwischen IT- und Strategy-Consulting vereint Weissenberg Solutions das Know-how der Unternehmensgruppe im Bereich Prozessberatung, Projektmanagement und Softwareentwicklung. Individuell zugeschnittene Geschäftsprozessmanagement-Verfahren zur Analyse der relevanten Geschäftsprozesse garantieren eine effiziente Gestaltung von Arbeitsabläufen und bestehenden Prozessen im Unternehmen und sorgen so für einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

Unternehmenskontakt

Weissenberg Group
Marco Mulas
Major-Hirst-Str. 11
38442 Wolfsburg
T +49 5361 654 3900
presse@weissenberg-solutions.de
www.weissenberg-group.de

Pressekontakt

prtogo
Dr. Alfried Große
Am Ruhrstein 37c
45133 Essen
T +49 201 841 9594
M +49 1577 470 7224
ag@prtogo.de