

Medienunternehmen und Künstliche Intelligenz

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit diesem Heft setzen wir die Serie „Der Buchmarkt im Zeichen der Digitalisierung“ fort, beginnend mit einem vertiefenden Beitrag von Katharina Leyrer zum Thema Verleih von E-Books in öffentlichen Bibliotheken. Sie zeigt auf, dass hierdurch erfreulicherweise der barrierefreie Zugang zu Bildung und Kultur gesichert wird, dass aber die Vergütung der Leistung von Verlagen und Autoren und Autorinnen immer noch nicht befriedigend gelöst ist. Im zweiten Beitrag geben wir ein spannendes und ausführliches Interview mit dem Geschäftsführer der Ernst Klett AG Stuttgart, Philipp Haußmann, wieder.

Daneben starten wir eine zweite Serie mit dem Titel „Künstliche Intelligenz – Herausforderungen für Medienunternehmen“. Dass Künstliche Intelligenz (KI) bzw. „Algorithmic Intelligence“ (AI) einen erheblichen Einfluss auf die Medienbranche haben wird, zeichnet sich ab. Im Vordergrund stehen derzeit Verfahren des maschinellen Lernens („Machine Learning“). Es ist durchaus eine Überraschung, dass die Anwendung von Verfahren der Künstlichen Intelligenz in der Medienbranche erst am Anfang steht, unbeschadet der Tatsache, dass in Teilsegmenten bereits erste Schritte erfolgten, wie z. B. beim automatischen Erstellen von Inhalten.

Wir geben in dieser MW-Ausgabe zwei Vorträge wieder, die auf einer Fachkonferenz des Münchener Kreises am 7. Juli 2022 gehalten wurden und setzen dies in der nächsten Ausgabe fort. Eine große Übersicht über den Stand von „Large Language Models“ (LLM) liefern Simon und Kolja Hegelich. Sie zeigen, welche Fortschritte bei dem Bemühen bereits erzielt wurden, mittels Künstlicher Intelligenz Texte zu erzeugen und machen die Funktionsweise von LLM verständlich. Nüchtern stellen sie fest, dass trotz des Einsatzes aufwändigster, komplexer Algorithmen im Kern „nur“ Mustererkennung möglich ist. So lautet das Fazit: „Der Aspekt, durch eigene Gedanken etwas Neues zur erschaffen, fehlt diesen Maschinen“.

Sehr erhellend mit Blick auf praktische Anwendungen in der Medienbranche ist der zweite Beitrag von David Caswell, seines Zeichens Product Manager bei BBC News. Er zeigt uns an zahlreichen Beispielen auf, wie die Anwendung von Technologien der Künstlichen Intelligenz mehr und mehr Einzug in die Ablaufprozesse der Nachrichtenproduktion halten.

Weitere interessante Beiträge finden Sie in diesem Heft, so die Beschreibung einer neuen Praxisstudie kompakt sowie



Prof. Dr. Martin Gläser

Hochschule der Medien, Stuttgart
glaeser@hdm-stuttgart.de



Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Philipps-Universität Marburg
gouna@jura.uni-marburg.de



Prof. Dr. Thomas Hess

Ludwig-Maximilians-Universität München
thess@lmu.de



Prof. Dr. Frank Lobigs

Technische Universität Dortmund
frank.lobigs@udo.edu



Prof. Dr. Christoph Neuberger

Freie Universität Berlin
christoph.neuberger@fu-berlin.de



Prof. Dr. Insa Sjurts

Hamburg School of Business Administration
insa.sjurts@hsba.de

eine Nachlese zu den wieder in Präsenz stattgefundenen Lokalfunktagen 2022 in Nürnberg.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Die Herausgeber