



## KI birgt das Potenzial, bis zum Jahr 2030 16 Billionen US-Dollar zur Weltwirtschaft beizutragen.<sup>1</sup>

Im Jahr 2019 wird bei 40 Prozent der digitalen Transformationsprojekte KI zum Einsatz kommen und bis 2021 wird diese Zahl noch erheblich steigen<sup>2</sup>. In der Geschäftswelt wird das Fehlen einer KI-Strategie gleichbedeutend sein mit einer nicht vorhandenen Strategie für das Internet mobile Geräte.

Aber trotz des Hypes ist die Einbindung von KI nach wie vor relativ niedrig. Warum? Unternehmen verstehen zwar die Möglichkeiten von KI, aber sie haben ihr Potenzial noch nicht voll ausgeschöpft. In Wahrheit ist es so: **KI ist keine Zauberei.** Es gibt keinen Zauberspruch, mit dem sich Ineffizienzen im Unternehmen in Luft auflösen, und die Technologie allein reicht nicht aus.

Um das Potenzial von KI in vollem Umfang auszunutzen, müssen Unternehmen Daten aus unterschiedlichen Quellen verwenden, branchenführende Tools und Frameworks unterstützen und Modelle in verschiedenen Umgebungen ausführen. **81 % der Führungskräfte in Unternehmen** wissen jedoch nicht, welche Daten und Infrastrukturen KI erfordert.

**85 %<sup>3</sup>**

der Führungskräfte in Unternehmen halten KI für eine strategische Geschäftschance.

**94 %**

schätzen die Vorteile einer Multi-Cloud-Plattform.

– BCG

**74 %**

verwenden KI zur Modernisierung vorhandener Anwendungen.

– IBM

**83 %**

der KI-Entwickler verwenden Open-Source-Software.

– Kaggle

1. „AI to drive GDP gains of \$15.7 trillion with productivity, personalisation improvements“, PwC, 2017

2. „Worldwide Spending on Cognitive and Artificial Intelligence Systems Will Grow to \$19.1 Billion in 2018, According to New IDC Spending Guide“, IDC, 2018

3. „Reshaping Business with Artificial Intelligence“, MIT Sloan, 2017



## Herausforderungen

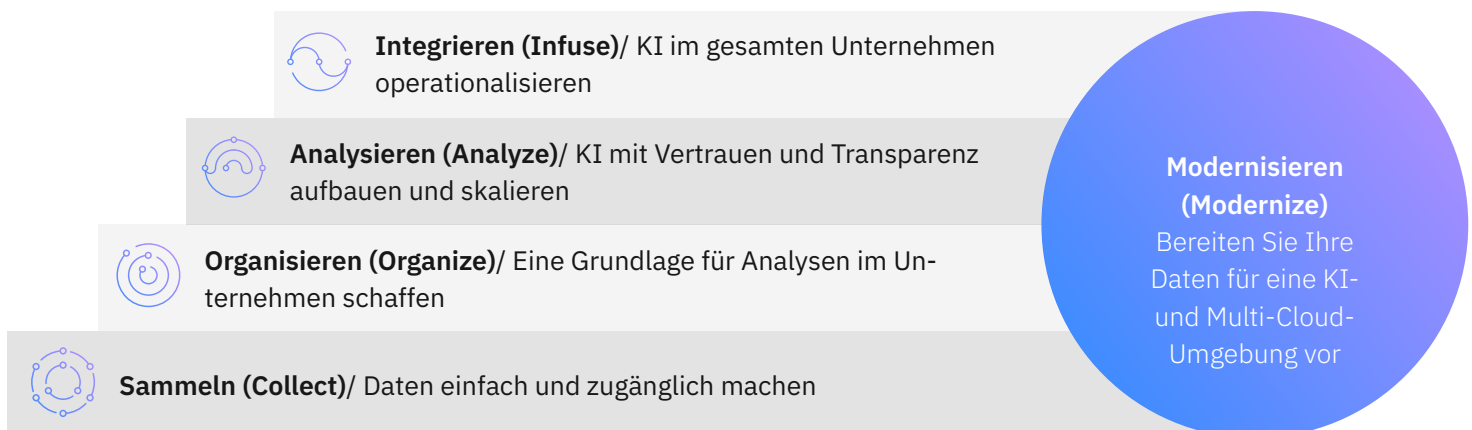
Um eine erfolgreiche KI-Strategie zu gewährleisten, müssen Unternehmen verstehen, wie sie die Technologie einführen und umsetzen können, und mit anfänglichen Fehlschlägen rechnen. Durchbrüche im Bereich KI sind mit unzähligen Experimenten verbunden, von denen viele fehlschlagen werden. Die erfolgreichen werden jedoch eine erhebliche Wirkung haben.

Es gibt allerdings drei große Herausforderungen, die Unternehmen bewältigen müssen, um wirklich als „AI-first“-Unternehmen zu gelten.

<i>Daten</i>	Das Herzstück von KI, aber die Komplexität behindert den Fortschritt
<i>Kompetenz</i>	Mitarbeiter mit KI-Know-how sind selten und daher sehr gefragt
<i>Vertrauen</i>	Skepsis gegenüber KI-basierten Systemen und Prozessen

## Die KI-Leiter (AI Ladder)

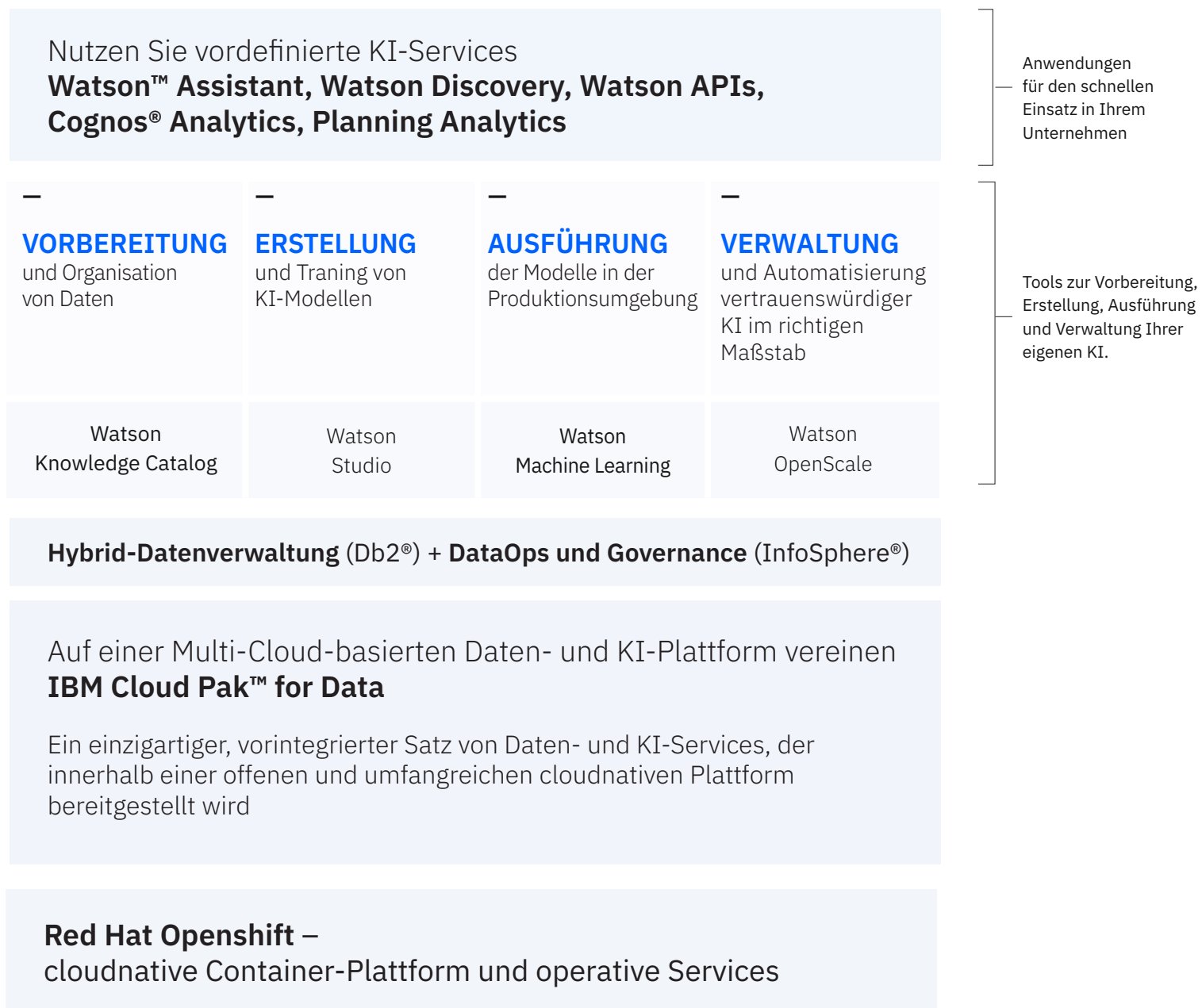
Die KI-Leiter (siehe unten) wurde von IBM® entwickelt, um Unternehmen ein Verständnis dafür zu vermitteln, wo sie sich auf ihrer KI-Reise befinden. Mit ihrer Hilfe können Unternehmen herausfinden, worauf sie sich konzentrieren müssen. Sie dient Unternehmen zur Umgestaltung ihres Geschäfts als Leitprinzip mit vier Schlüsselbereichen, die berücksichtigt werden sollen: wie Daten gesammelt, organisiert, analysiert und dann schließlich KI in die Organisation integriert wird.





IBM bietet alles, was Sie benötigen, um Ihren Weg zu KI zu beschleunigen.

## Das Daten- und KI-Portfolio von IBM:





## Auszeichnung als Branchenführer im Bereich KI für Unternehmen



Watson Discovery von IBM® wurde als führendes Produkt eingestuft



Watson Knowledge Catalog von IBM wurde als führendes Produkt eingestuft



IBM Cloud™ Private for Data von IBM wurde als führendes Produkt eingestuft



Watson Assistant von IBM wurde als führendes Produkt eingestuft



Watson Studio von IBM wurde als führendes Produkt eingestuft



Watson Discovery von IBM wurde als führendes Produkt eingestuft

### IBM ist Marktanteilsführer bei KI



ANALYZE THE FUTURE

### Branchenauszeichnungen



DESIGN AWARD 2016



The Alconics



reddot design award



A DESIGN AWARD & COMPETITION

## Tens of thousands of enterprises are putting AI to work.



Hat aus 140.000 Möglichkeiten für eine weitere Untersuchung 5-10 mögliche IO-Medikamentenkombinationen priorisiert



Hat den Bedarf an erneuerbaren Energien vorhergesagt



Hat bei virtuellen Agenten eine Rate vermiedener Anrufe von 40 % erzielt



Hat die Zielgruppenausrichtung und das Timing von Werbeanzeigen optimiert



Hat vorhergesagt, welche Kreditkarten zu Fehlern bei automatischen Scans führen