»OBSERVER«

i Magazin
Off. Organ der Bundesinnung der österr. Elektrotechniker
Korneuburg, im September 2018, Nr: 9, 9x/Jahr, Seite: 44,45
Druckauflage: 15 185, Größe: 83,87%, easyAPQ: _
Auftr.: 10789, Clip: 11615876, SB: weXelerate

www.observer.at

IAB AUSTRIA IMPULSE-EVENT WIDMET SICH CORTANA, SIRI, ALEXA UND CO.:

Gefährliche Technologie?

V.l.n.r.: EnliteAI-Gründer Clemens Wasner, Tunnel23-Geschäftsführer Michael Katzlberger, iab-austria-Vorstand Cosima Serban, Traktor-Wien-Geschäftsführer Alexander Winsauer, iab-austria-Geschäftsführer Stephan Kreissler.

Am 12. Juli 2018 diskutierten Experten im »weXelerate Innovation Hub« in Wien zum Thema »Voice Activation« über die Zukunft intelligenter Sprachassistenten und deren Einsatzmöglichkeiten im Digital-Marketing. Von Gefahren durch Fake News, die mittels authentischer Imitation eines Menschen realistisch dargestellt werden können, bis hin zu Monetarisierungsmöglichkeiten durch Sprachassistenten wurde vieles debattiert. Warum künstliche Intelligenz die sowohl wichtigste als auch gefährlichste Erfindung der Menschheit ist, lesen Sie hier.

Amazon Alexa, Samsung Bixby, Google Home und Microsoft Cortana erobern die Wohnzimmer und auch am Smartphone gewinnt die Sprachinteraktion mit Apple Siri und anderen Voice-Agents zunehmend an Bedeutung. Voice Recognition, Voice Activation, Voice Command oder Voice Control bieten ungeahnte Möglichkeiten und stellen Marketingverantwortliche vor neue Chancen der Markeninteraktion und -aktivierung. Das iab-austria-Impulse-Event beschäftigte sich im weXelerate Innovation Hub mit den Möglichkeiten der Sprachassistenten für die digitale Werbebranche und dem gesellschaftlichen Umbruch durch künstliche Intelligenz.

„Digitale Sprachassistenten sind am Vormarsch: 79 Prozent nutzen sie zuhause, 51 Prozent im Auto, aber noch nur 1,3 Prozent in der Arbeit", leitete iab-austria-Vorstand Cosima Serban das iab-austria-Impulse-Event ein. Sie sieht enormes Potenzial in der Geschäftswelt, das aufgrund der derzeit noch geringen Durchdringung nicht in vollem Umfang absehbar ist. „Sprachassistenten sind untrennbar mit künstlicher Intelligenz verbunden und entwickeln sich selbst basierend auf ihren Erfahrungen weiter", betonte Tunnel23-Geschäftsführer Michael Katzlberger. Als Beispiel für die kreativen Anwendungsmöglichkeiten nennt er »Immersive Storytelling«, bei dem der Geschichtenverlauf in Hörbüchern interaktiv gesteuert werden kann. Zusätzlich verortet Katzlberger einen weiteren Mehrwert in der aktiven Kommunikation mit Kunden, um auf relevante Themen hinzuweisen: Aktuell sind bereits Skills für Alexa möglich, bei denen sich der Sprachassistent aktiv meldet, um User beispielsweise vor Unwettern zu warnen.

In den Vereinigten Staaten stammen bereits 20

Fotos: iab austria/Daniel Mikkelsen

„Digitale Sprachassistenten sind am Vormarsch: 79 Prozent nutzen sie zuhause, 51 Prozent im Auto, aber noch nur 1,3 Prozent in der Arbeit", so iab-austria-Vorstand Cosima Serban zum Potenzial in der Geschäftswelt.

Für Tunnel23-Geschäftsführer Michael Katzlberger bieten Sprachassistenten einen Mehrwert in der aktiven Kommunikation mit den Kunden.

„Werbung wird im Sprachumfeld besonders störend empfunden, da sie in die relevante Information eingreift", zeigte Clemens Wasner aktuelle Herausforderungen für die Werbewirtschaft auf.

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zum Inhalt und zu Nutzungsrechten bitte an den Verlag (Tel: 02262/74650*0).

»OBSERVER«

i Magazin
Off. Organ der Bundesinnung der österr. Elektrotechniker
Korneuburg, im September 2018, Nr: 9, 9x/Jahr, Seite: 44,45
Druckauflage: 15 185, Größe: 100%, easyAPQ: _
Auftr.: 10789, Clip: 11615876, SB: weXelerate

www.observer.at

Prozent der Suchanfragen von Voice Agents. Durch diese Entwicklung wird sich das Suchverhalten künftig ändern und zu einer weiteren Demokratisierung des Internets führen. Katzlberger sagt längere Dialoge mit den Sprachassistenten voraus, die optimale Suchergebnisse liefern werden. Trotz Sprachbarrieren liegt die Fehlerrate heute schon bei unter fünf Prozent. Durch das Scannen der weltweiten Bibliotheken reichert Google aktuell das Wissen seiner künstlichen Intelligenz um den gesamten historischen Buchbestand der Menschheit an. Der nächste große Entwicklungsschritt ist die Optimierung der synthetischen Sprache, die bald jeden realen Menschen authentisch imitieren können soll. Darin sieht Katzlberger auch eine große Gefahr durch Fake News, wenn beispielsweise politische Aussagen verfälscht werden. Er warnt auch vor einer deutlichen Verkürzung und Veränderung der Sprache, die künftig auch von der künstlichen Intelligenz dominiert werden könnte. Für ihn ist künstliche Intelligenz die sowohl wichtigste als auch gefährlichste Erfindung der Menschheit.

Die Geschichte des Voice Computings reicht in die 1970er- und 1980er-Jahre zurück, wo sie ein reines Forschungsthema im universitären Bereich war. Die heutige Architektur setzt jedoch noch immer auf den damaligen Entwicklungen auf. Aktuelle Sprach-Suche konvertiert das gesprochene Wort noch immer in Text, um das Suchergebnis wieder als Sprache auszugeben. „Monetarisierungsmöglichkeiten bieten derzeit nur die Sprachassistenten von Amazon und Google, die jedoch sehr restriktiv sind und kaum Werbeeinbindungen zulassen. Nur drei Prozent der runtergeladenen Skills werden regelmäßig genutzt, da sie den Usern kaum in Erinnerung bleiben und auch die Aktivierungs-Kommandos vergessen werden. Werbung wird im Sprachumfeld besonders störend empfunden, da sie in die relevante Information eingreift. Aus heutiger Sicht gestaltet sich auch der »Call-to-Action« noch sehr kompliziert im Vergleich zu In-App-Käufen“, zeigte EnliteAI-Gründer Clemens Wasner aktuelle Herausforderungen für die Werbewirtschaft auf. Als erfolgreiche Möglichkeiten sieht er derzeit gebrandete Skills, die einen Mehrwert für User und attraktiven Content bieten. Der Tierfutterhersteller Purina hat mit der Skill »Ask Purina« etwa eine Applikation mit Antworten und Wissen zu allen Fragen rund um Haustiere entwickelt. Sponsored Spots in News-Skills oder absatzorientierte Deals bewähren sich ebenfalls heute schon. Er rät dazu, frühzeitig in die Sprachwelt einzusteigen und sich mit den technischen Entwicklungen auseinanderzusetzen, warnt aber vor zu hohen Erwartungen an die Monetarisierung. Traktor-Wien-Geschäftsführer Alexander Winsauer sieht die Anwendungsmöglichkeiten der Skills weit über die Werbung hinausgehend. Als Beispiel für innovative Lösungen im Gesundheitsbereich führt er Gehirntraining bei Alzheimer-Patienten an.

Alexander Winsauer ortet auch für den Gesundheitsbereich innovative Anwendungsmöglichkeiten – etwa Gehirntraining bei Alzheimer-Patienten.

Während die Herausforderungen, die digitale Sprachassistenten und vor allem künstliche Intelligenz mit sich bringen, bereits klar definiert werden können, scheint der genaue Wert für die Werbebranche noch nicht gefunden zu sein. Richtig eingesetzt könnten sie einen Mehrwert für die Branche und die Konsumenten darstellen, tiefgreifende Gefahren lauern jedoch...

WEITERE INFORMATIONEN AUF:

www.iab-austria.at
www.i-magazin.at

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zum Inhalt und zu Nutzungsrechten bitte an den Verlag (Tel: 02262/74650*0).