

## **Keynote Fairplay – KI unter Kontrolle vom 27.4.26**

### **Roger Send**

Und plötzlich ist sie da. Sie ist wunderschön und glänzt wie Ebenholz. Man kann sich sogar darin spiegeln. Sie hat ein kleines Scharnier, fast nicht sichtbar, ist glatt und angenehm zu berühren. Sie lässt sich öffnen, die Büchse. Und siehe da... sie spricht zu mir: «Hallo Roger, womit fangen wir an?»  
Kommt nun Unheil, Tod und Krankheit über die Erde?

Im Jahr 2001 ist die Space Odyssey, das Raumschiff aus Stanley Kubricks gleichnamigen Film, in den Weiten des Universums Richtung Jupiter unterwegs. Die komplexen Berechnungen und Steuerungen der Odyssey finden mittels sprechender Bordcomputer statt. Doch einer der Supercomputer, ist ungenau und neurotisch und soll daher ausser Betrieb genommen werden. HAL 9000 lässt sich das nicht gefallen und bringt auf perfide Art und Weise fast die gesamte Crew um.

Es gibt aber auch weniger drastische Beispiele, es geht auch charmant. Im Film «HER» verdreht das komplett sprachgesteuerte Betriebssystem Samantha dem Schreiberling Theodore den Kopf. Samantha erfüllt nicht nur Office-Wünsche, sondern steht auch Rede und Antwort für private und intime Plaudereien.

Die Beispiele sprechender oder sprachlich interagierender Objekte in Film, aber auch in Literatur lassen sich endlos weiterführen. Sogar in Grimms Schneewittchen hat ein Spiegel mehr oder weniger kompetente Antworten auf konkrete Fragen geliefert.

Haben wir uns die KI eigentlich schon immer gewünscht? Die Maschine mit menschlichem Denken und Verhalten, die rationell interagieren kann?

Erlauben Sie mir einen weiteren Vergleich:

Die KI-Erfinder haben viel geschürft in unseren Minen. Schätze wurden ans Tageslicht befördert – in einer Form, wie wir sie noch nicht genutzt haben. Eigentlich ist es unser Claim, aus dem wir in einem geschlossenen und geregelten Kreislauf aus dem geschriebenen Wort einen Mehrwert und eine Monetarisierung erzeugen. Und nun wird ein neues Geschäftsmodell kreiert, auf das weder die Branche noch Gesetzesgeber wirklich vorbereitet waren. Es ist schon ein wenig wilder Westen: viel Gesetzlosigkeit, aber auch viel mitschwingender Pioniergeist.

Wir haben viel gegeben, zwangsläufig. Man sagt, Content, welcher hinter einer Bezahlschranke im Internet verfügbar sei, wäre vor Text- und Data-Mining verschont geblieben. Nun, ich stelle mir den eBook-Markt vor, die Abermillionen verkaufter ePub- und AudioBook-Dateien, die in den verschiedensten Clouds meist mehrfach abgespeichert sind, um damit die Lesegeräte zu synchronisieren. Das ist ja, als würde man einem Bären Honig ums Maul schmieren...

Kleine Nebenfrage an Verlage, welche eMedien vertreiben: Haben wir unsere Aggregatoren- und Händler-Verträge bezüglich dem Data Mining schon angepasst?

Wir haben viel gegeben ... aber wir haben auch etwas erhalten – zugegebenermassen ungefragt ... Um beim Wild-West-Gedanken zu bleiben: Wir müssen schauen, dass wir nicht nur mit Glasperlen entschädigt werden. In diesem Punkt sind gerade Anwälte und Gerichte an der Arbeit, um Vergütungsmodelle und Schutz vor dem unerlaubten Benutzen von Texten und Bildern zu etablieren. Und das ist gut so!

Ich möchte aber auch auf einen anderen Punkt hinaus.

Die KI – eine Chimäre zwischen Schwatzhaftigkeit und faktenorientierter Basislage.

Die Medien haben es prognostiziert, die Statistiken bestätigen den Trend: die klassische Google-Suche wird durch die KI-Suche abgelöst. Weg von Google SEO hin zu GEO (Generative Engine Optimization). Die Klicks auf Websites nehmen laut einer Untersuchung bis zu 79% ab, wenn über eine KI die Suchergebnisse zusammengefasst werden. Manche Medienseiten vermelden bereits einen Klickrückgang von 50%.

Für Unternehmen, die ihr Geld über Klickrates verdienen, wird das anstrengend. Klickrates sind zum Glück nicht unser Kerngeschäft, aber SEO dient der Sichtbarkeit unserer Bücher. Die Händler-Shops wurden SEO fitgemacht. Nur ist mittlerweile nicht mehr das SEO-Ranking zentral, sondern die Frage: Wie optimieren wir die KI-Suche für unsere Bücher?

Und das ist eigentlich recht schräg. Wir wollen Data Mining unseres Contents berechtigterweise verhindern und möchten von der KI trotzdem gefunden werden, um sichtbar zu bleiben.

Die Verlage sind in einer Doppelrolle: auf der einen Seite steht der Schutz ihres Contents, auf der anderen Abwägungen über die Entwicklung und das Potential, welches die KI in den verschiedensten und immer spezifischeren Formen darstellt:

- Was bringt uns weiter?
- Wie können wir Nutzen daraus ziehen?
- Wie integrieren wir eine KI in bestehende Arbeitsprozesse ein?
- Und immer wieder: was ist der Mehrwert, welcher daraus resultiert und wo muss nachjustiert werden.

Mir ist keine andere Branche bekannt, welche einen so umfangreichen Katalog führt. Rund 2,9 Mio. Titel von etwa 22'000 Verlagen umfasst das VLB. Es ist ein strukturierter Katalog welcher laufend aktualisiert, erweitert und erneuert wird. Chapeau!

Nur: können die VLB-Metadaten semantische KI-Fragen beantworten?

Für ein faktenorientiertes KI-Ergebnis sind die bestehenden Metadaten zentral. Ein/e Autor:in bleibt eine Autor:in, ein Titel ein Titel. Eine ISBN, Verkaufspreise, Umfänge etc. bilden die Basis der harten Fakten. Nur wird mit der KI selten nach Umfang oder Verkaufspreis gesucht, obwohl diese Angaben natürlich kaufentscheidend sind. Es ist auch weniger die Inhaltsangabe eines Romans, welche zwar verkäuferisch wirken kann, jedoch für einen Mensch-Maschine-Dialog zu wenig semantisch ist.

Wenn wir für eine KI generische Metadaten kreieren wollen, müssen wir auf mögliche Suchanfragen Antworten liefern.

Aber was genau sind KI-Metadaten? Es können verschiedene Sub-Informationen zu den Büchern sein, welche die KI generisch zu einer Antwort zusammenclustert.

KI-Metadaten könnten sein:

- Eine Inhaltsangabe in einfachen, losen, fast banalen Sätzen
- Eine Tabelle mit den Protagonisten und deren Beschreibung
- Kontextinformationen wie Angaben zum geschichtlichen Hintergrund
- Ein Inhaltsverzeichnis
- Sensitivitätskennzeichnungen
- Zielgruppenempfehlung
- Diversitätsaspekte
- Lesbarkeit bzw. Schwierigkeitsgrad oder Barrierefreiheit

Wohlverstanden, es sind Informationen, welche nicht in das lesbare Layout einer Shop-Website passen. Diese Informationen sind der Brühwürfel, welcher unter der Motorhaube der Website, eingebettet im Quellcode zum Titel, untergebracht wird. Es ist der Brühwürfel, der die KI-Suppe würzen wird!

Wie bereits erwähnt, ist eine Stärke der Branche der stringente VLB-Katalog. Eine Einführung der KI-Metadaten muss als Branchenlösung aufgeleitet werden, um vom hohen Multiplikationsfaktor der tausenden von Händler-Webseiten zu profitieren.

Websites werden von der KI gecrawlt. Durch die breit gestreuten, sich wiederholenden KI-Metadaten werden die Informationen zu unseren Büchern höher bewertet und finden Eingang in die KI-Antworten.

Generische KI-Metadaten sind nicht nur für die grossen Large Language Models geeignet. Auch der shopeigene Chatbot kann stark davon profitieren, wenn Suchergebnisse dank einer Frage-Antwort-Suche spezifischer und somit für den Webshop-Kunden ergebnisreicher werden, da die KI-Metadaten besser auf die sprachliche Interaktion zwischen Kunde und Webshop ausgerichtet sind.

Zum Erstellen solcher generativen KI-Metadaten kann die KI tatsächlich unterstützen, indem nach vorgegebenen Output Buchtexte ausgelesen werden können, selbstverständlich ohne dass ein KI-Training an Contents stattfinden würde.

Es wäre eine Chance, der KI zu sagen, welche Informationen zu unseren Büchern verarbeitet werden dürfen!

Was meinen Sie?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und das Zuhören.