

## Presse-Information

Nürnberg, den 4. Dezember 2023

### **„Innovation entsteht an Schnittstellen“**

**Im Sportpark Ronhof diskutierten auf Einladung des Forum Sport der Metropolregion Nürnberg Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Spitzensport über die Chancen und Risiken der Nutzung Künstlicher Intelligenz (KI). Die Veranstaltung unter dem Motto „KI bewegt uns“ wurde von der NÜRNBERGER Versicherung präsentiert.**

Künstliche Intelligenz ist – spätestens seit dem Launch von ChatGPT im Herbst 2022 – in aller Munde. Bereits seit 1975 forscht die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg intensiv in den Themenfeldern KI, Maschinelles Lernen und Mustererkennung. Aktuell arbeiten dort mehr als 60 Lehrstühle und Professuren an wichtigen Themenfeldern für die KI. Und auch in der Wirtschaft spielt das Thema zunehmend eine Rolle. Etablierte Unternehmen setzen auf kreative Lösungen von Start-ups, um das nächste Level zu erreichen. Im Sport tragen KI-gestützte Systeme bereits zur Analyse von Leistungen und Bewegungen, zur Vorhersage von Verletzungen, zur Unterstützung von Schiedsrichtern und zur Verbesserung des Fanerlebnisses bei. Doch das scheint erst der Anfang zu sein. Gründe genug, sich genauer mit den Chancen und Risiken der neuen Technologie zu befassen.

#### **Potenzial in vielen Teilbereichen**

Bei der Veranstaltung „KI bewegt uns“ im Sportpark Ronhof diskutierten neun Vertreter aus Wissenschaft, Wirtschaft und Spitzensport angeregt miteinander. Dem Eingangsstatement von Prof. Dr. Björn Eskofier, Inhaber des Lehrstuhls für Maschinelles Lernen und Datenanalytik der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, stimmten dabei alle zu: „Innovation entsteht an Schnittstellen. Deshalb sind Veranstaltungen wie diese so wichtig, die unterschiedliche Bereiche zusammenbringen.“ Thematisch wurde ein breites Spektrum abgedeckt, das sich von den Rahmenbedingungen der Nutzung über Leistungsdiagnostik und Prävention bis hin zur Talentfindung und Marketingansätzen erstreckte.

#### **„ChatGPT denkt nicht“**

Immer wieder genannt wurde das Sprachmodell ChatGPT, das bei den meisten Teilnehmenden bereits zum Alltag gehört. Häufig wird es in Form eines Sparringspartners eingesetzt, also zur Verifizierung eigener Ideen oder zum Erstellen standardisierter Kurztexte oder Social-Media-Posts genutzt. „Bei der Entwicklung von Marketingstrategien für verschiedene Märkte spielt KI keine Rolle, da haben wir andere Wege, um auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen“, erklärte Manolo Schürmann, Senior Head of Sports Marketing Teamsport bei Puma. Und Prof. Eskofier unterstrich: „ChatGPT denkt nicht. Es wird

noch 50 Jahre dauern, bis es die Rechenpower des menschlichen Gehirns hat und eigenständig kreativ sein kann.“ Dem „typisch deutschen Wunsch“ nach Regulierung widersprach er vehement und betonte, dass die rechtlichen Grundlagen völlig ausreichend seien und Europa nicht Gefahr laufen dürfe, den Anschluss an die Innovationstreiber China und USA zu verpassen.

### **Offen sein, offen bleiben**

Auf der Ebene der Sportpraxis zeichnete sich ein klarer Trend ab: eine Offenheit gegenüber den neuen Möglichkeiten, kombiniert mit einem Bedürfnis nach intensiver Kontrolle. So meinte Alexander Zorniger, Cheftrainer der SpVgg Greuther Fürth: „KI hilft uns, potenziell interessante Spieler zu identifizieren. Die finale Entscheidung liegt bei uns Menschen und das muss auch weiterhin so bleiben.“ Raúl Alonso, Sportdirektor des HC Erlangen, argumentierte ähnlich: „Als ich noch Trainer war, haben wir Spielsituationen mit Tabellen händisch ausgewertet und Muster abgeleitet. Das ist zeitintensiv und geht mit KI schneller. Aber auch mit den neuen Technologien ist es so: Es gibt keine Kennzahl, die einen Gewinn sicher vorhersagt. Am Ende sind wir gefragt.“ Für Dirk Schlünz, Geschäftsleiter Vermarktung des 1. FC Nürnberg, ist der Einsatz von KI immer dann sinnvoll, wenn es darum geht, Prozesse schneller, effizienter und damit kostengünstiger zu machen. Diesem Gedanken stimmte Heiko Wörrlein, Media Manager des Challenge Roth, zu: „Die Emotionen und Erlebnisse vor Ort sind durch KI nicht zu ersetzen. Dennoch schauen wir immer in allen Bereichen, wo wir besser werden können. KI hilft beispielsweise in der Gestaltung von Plänen in der Logistik rund ums Rennen und um die Effizienz bei der Erstellung von Content in der Kommunikation zu erhöhen.“

### **Wunsch nach Vernetzung**

Auf großes Interesse stieß der Beitrag von Ulla Loreth, Teamhead Brand Protection bei Puma. Sie führte aus, wie ihr Unternehmen dem Onlinehandel mit Plagiaten mithilfe Künstlicher Intelligenz auf die Spur kommt – weltweit, rund um die Uhr, an 7 Tagen pro Woche. Auch die von Sebastian Frank, Director Sports Business Solutions bei IT-Dienstleister adesso, vorgestellten Möglichkeiten, für den Spitzensport entwickelte Systeme im Nachwuchs- und Breitensport zu nutzen und Trainingseinheiten mithilfe von Computer Vision effizienter zu gestalten, stießen auf positive Resonanz. Am Ende der Talkrunde herrschte Einigkeit: Der Einsatz von KI birgt Chancen und Risiken und die Menschheit in ihrer Gesamtheit kann noch nicht absehen, wie die Lebenswelt durch die neue Technologie verändert wird. Es gilt, eine proaktive Haltung einzunehmen, sich zu vernetzen, Best-Practice-Erfahrungen zu teilen, Studien und Use Cases durchzuführen. Um über ein intensives Miteinander Schnittstellen optimal zu nutzen und Innovation Raum zu geben. Für einen starken Spitzensport in der Metropolregion Nürnberg.