

## **06** Warum dieser Leitfaden?

## **13** Die Sicht des Managements auf ML

- 15 Nicht alle ML-Initiativen haben strategischen Impact
- 16 Fokussieren Sie sich auf das, was sich wirklich lohnt
- 18 Volle Kontrolle ist nur durch Eigentum gewährleistet
- 18 Ausgrenzung durch eigene oder fremde IP
- 19 Transparenz wird sehr viel wichtiger werden

## **23** Die Sicht des Product Owners auf ML

- 26 Was ist das Problem, das es zu lösen gilt?
- 27 Wie lösen die Menschen das Problem, um das es geht?
- 28 Welche Daten sind für das Training verfügbar?
- 29 Welche Systemleistung wird erwartet?
- 33 Wie ist das Szenario für den Einsatz in der Produktion?
- 35 Nun kann bewertet werden!

## **39 Die Sicht der operativen Umsetzung interner ML-Lösungen**

- 41 Anforderungen definieren
- 41 ML-Modelle kontinuierlich weiterentwickeln
- 42 ML-Algorithmen mit ihrem Körper verankern
- 44 Modell-Aktualisierungen festlegen
- 45 Datenqualität überwachen

## **47 Die Sicht des Einkaufs von ML**

- 49 Die drei Cluster von ML-Anbietern
- 52 Die wichtigsten Bewertungskriterien verstehen
- 55 Wie findet man den richtigen Anbieter?
- 61 Sortieren Sie Anbieter aus, die Ihren Anforderungen nicht entsprechen

## **68 Referenzen**

## **72 Über uns**