

# KI für Public Relations

Annett Bergk

# Impressum

**Deutsche Journalisten-Akademie**

Karmeliterweg 84

13465 Berlin

[kontakt@djamail.de](mailto:kontakt@djamail.de)

[www.deutschejournalistenakademie.de](http://www.deutschejournalistenakademie.de)

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>6</b>
<b>1 Grundlagen der KI in der PR</b>	<b>7</b>
1.1 Zentrale Begriffe und Technologien	7
1.2 Relevanz für Kommunikationsprozesse	10
1.3 Chancen und Risiken im Überblick	11
<b>2 Von Daten zu Erkenntnissen: Datenbasis, Analyse und Monitoring</b>	<b>13</b>
2.1 Datenquellen für die PR	13
2.2 Datenaufbereitung	15
2.3 Datenqualität	17
2.4 Datenschutz und Datensouveränität	18
2.5 Bias und Transparenz	19
<b>3 KI-gestützte Content-Generierung</b>	<b>22</b>
3.1 Textgenerierung	22
3.2 Audio und Sprachsynthese	24
3.3 Bildgenerierung	25
3.4 Videogenerierung	27
3.5 Chatbots und Conversational AI	28

<b>4</b>	<b>Analyse und Erfolgsmessung</b>	<b>31</b>
4.1	Audience Segmentation	31
4.2	Predictive Analytics	32
4.3	Dynamische Inhalte	34
4.4	Erfolgsmessung personalisierter Kommunikation	36
<b>5</b>	<b>Analyse und Erfolgsmessung</b>	<b>38</b>
5.1	Nachhaltige Implementierung in Organisationen	38
5.2	Grenzen des KI-Einsatzes	39
5.3	Praxisbeispiel einer Implementierung	40
	<b>Lösungen zu den Selbstkontrollaufgaben</b>	<b>42</b>
	<b>Literatur- und Quellverzeichnis</b>	<b>44</b>

# KI für Public Relations

# Einleitung

Liebe Studierende,

in diesem Studienbrief wird es um Künstliche Intelligenz gehen. Ob bei der Analyse von Daten, bei der Produktion von Texten, Bildern, Ton oder Video oder im direkten Dialog über Chatbots: KI-Anwendungen sind heute bereits Teil der PR-Praxis. Doch auch wenn vielerorts die Vorteile gefeiert werden, wächst die Unsicherheit. Denn wie zuverlässig sind die Ergebnisse eigentlich? Und welche Verantwortung tragen Kommunikatorinnen und Kommunikatoren, wenn Maschinen Inhalte (mit)gestalten?

In diesem Studienbrief gehen wir diese Themen Schritt für Schritt an. Zunächst lernen Sie die Grundlagen von Machine Learning, Deep Learning und Natural Language Processing kennen, bevor wir uns im zweiten Kapitel den Daten als Fundament jeder KI-Anwendung widmen. Anschließend betrachten wir, wie sich mit Analyse- und Monitoring-Methoden Stimmungen, Trends und Krisen erfassen lassen, ehe wir im vierten Kapitel auf die Content-Erstellung eingehen – nicht nur in Text, sondern auch in Ton, Bild und Video. Darauf folgt ein Einblick in Chatbots und Conversational AI, bevor wir uns mit den Möglichkeiten der Personalisierung und zielgerichteten Ansprache beschäftigen. Im abschließenden Kapitel steht schließlich die Frage im Mittelpunkt, wie sich KI nachhaltig in Organisationen verankern lässt und wo die Grenzen ihres Einsatzes liegen.

Ziel ist, Ihnen das nötige Orientierungswissen zu geben, um Chancen und Risiken einschätzen, eigene Ideen entwickeln und KI-Werkzeuge in der PR reflektiert einsetzen zu können.

Ich wünsche Ihnen eine spannende und erkenntnisreiche Lektüre.

Annett Bergk

# 1 Grundlagen der KI in der PR

## Lernziele

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, können Sie

- den Begriff Künstliche Intelligenz definieren und zwischen „schwacher“ und „starker KI“ unterscheiden,
- die zentralen Technologien Machine Learning, Deep Learning und Natural Language Processing erklären und anhand von Beispielen für die PR einordnen,
- die Bedeutung von KI für Kommunikationsprozesse beschreiben – von Medienarbeit und Content-Produktion über interne Kommunikation bis hin zu Change- und Krisensituationen –,
- die wichtigsten Chancen des KI-Einsatzes benennen und
- zentrale Risiken erkennen und kritisch reflektieren.

## 1.1 Zentrale Begriffe und Technologien

Wenn heute von Künstlicher Intelligenz die Rede ist, geht es meist nicht um ein einzelnes Programm, sondern um ein ganzes Feld von Verfahren und Anwendungen. Der Begriff selbst wurde bereits 1956 vom Informatiker John McCarthy auf einer Konferenz am Dartmouth College geprägt.<sup>1</sup> Damals stand die Frage im Raum, ob Maschinen Fähigkeiten nachahmen können. Diese Diskussionen blieben lange theoretisch, doch inzwischen reden wir von KI als Teil unseres Alltags – denken wir nur an Navigations-Apps, automatische Übersetzungen, personalisierte Empfehlungen oder Sprachassistenten.

Noch bemüht sich die Fachwelt um eine klare Definition: Das Europäische Parlament<sup>2</sup> beschreibt KI als die Fähigkeit technischer Systeme, menschliche Eigenschaften wie logisches Denken, Lernen, Planen und Kreativität zu imitieren. In anderen Ansätzen, etwa bei der OECD<sup>3</sup>,

wird betont, dass KI-Systeme ihre Umgebung erfassen, diese Informationen verarbeiten und auf dieser Basis mit einem gewissen Grad an Autonomie handeln, um ein Ziel zu erreichen. Gemeinsam ist diesen Definitionen, dass nicht von „echter Intelligenz“ die Rede ist, sondern vom Nachbilden bestimmter kognitiver Fähigkeiten mithilfe mathematischer Verfahren.

### Merke

**Künstliche Intelligenz bezeichnet die Fähigkeit technischer Systeme, bestimmte menschliche Kompetenzen wie Denken, Lernen, Planen oder Kreativität zu imitieren. Dazu nehmen KI-Systeme ihre Umwelt wahr, verarbeiten Daten, ziehen Schlussfolgerungen und passen ihr Handeln an. Damit können sie in begrenzten Bereichen autonom Entscheidungen treffen – ohne jedoch über echtes Bewusstsein oder menschliche Eigenständigkeit zu verfügen.**

<sup>1</sup> Kloiber, M., 2021, o. S.

<sup>2</sup> Europäisches Parlament, 2023, o. S.

<sup>3</sup> OECD, 2020, o. S.

KI ist also eine konstruierte und maschinelle Nachbildung menschlicher Intelligenz. Und diese wiederum kann man in zwei Kategorien unterscheiden: in schwache und starke KI.<sup>4</sup> „Schwache KI“, auch „narrow AI“ genannt, ist auf einen bestimmten Anwendungsbereich spezialisiert. Ein Chatbot, der auf Kundenfragen reagiert, fällt in diese Kategorie, ebenso Assistenzsysteme wie Alexa oder Siri (Abbildung 1). „Starke KI“ hingegen wäre ein System, das wie ein Mensch flexibel Probleme aus ganz unterschiedlichen Bereichen lösen könnte. Bis heute existiert sie nur in Theorien und Science-Fiction-Erzählungen.

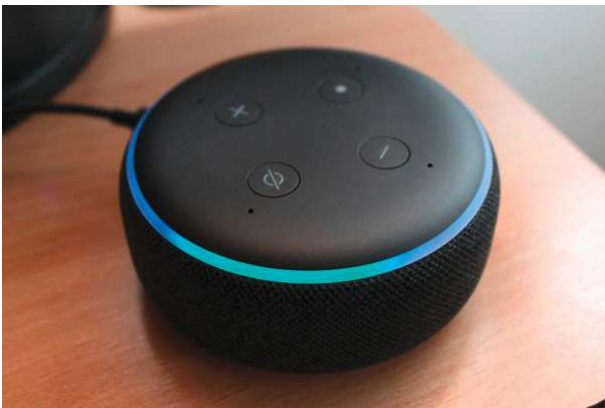


Abb. 1: Alexa von Amazon ist ein Beispiel für „schwache KI“. (Foto: Lazar Gugleta)

### Beispiel

Ein Unternehmen setzt einen Chatbot ein, der standardisierte Auskünfte zu Produkten gibt. Dieses System ist hilfreich, solange die Fragen in seinem Trainingsspektrum liegen. Kommen Anfragen, die weiter in die Tiefe gehen oder neue Themen betreffen, stößt der Chatbot sofort an Grenzen. Von einer „starken KI“, die solche Situationen eigenständig meistern würde, sind wir weit entfernt.

Die KI-Anwendungen, die heute in der PR relevant sind, beruhen in der Regel auf drei Bereichen: Machine Learning, Deep Learning und Natural Language Processing.

**Machine Learning** bezeichnet Verfahren, bei denen Systeme nicht fest programmiert werden, sondern aus Beispielen lernen. Das kann man sich wie eine Art Training vorstellen. Statt einem Programm detailliert vorzuschreiben, wie eine Pressemitteilung aufgebaut sein muss, analysiert das System viele Hundert Mitteilungen und leitet selbst ab, welche Strukturen typisch sind. So entsteht ein Modell, das Prognosen treffen kann, etwa welche Formulierungen von Medien häufiger übernommen werden.

Während Machine Learning also allgemein beschreibt, dass Systeme aus Beispielen lernen, geht **Deep Learning** einen Schritt weiter. Es handelt sich um eine spezielle Form des maschinellen Lernens, die auf künstlichen neuronalen Netzen mit vielen Schichten (engl. deep neural networks) basiert.

Diese Mehrschichtigkeit macht den entscheidenden Unterschied: Deep-Learning-Netze sind in der Lage, hochkomplexe Strukturen in Daten zu identifizieren. Sie können Sprache nicht nur nach Schlüsselwörtern auswerten, sondern auch Tonalitäten, Kontexte oder Ironie erfassen. Ebenso sind sie in der Lage, Bilder und Videos so präzise zu analysieren, dass Gesichtserkennung oder automatische Bildbeschreibungen möglich werden.

4 THWS, 2025, o. S.