

Umfrage zu Künstlicher Intelligenz in der Unternehmenskommunikation

## **Kommunikatoren erwarten massive Veränderungen und große ethische Herausforderungen**

Tübingen, 09.12.2020

Mehr als neunzig Prozent der Teilnehmer an einer Umfrage der Initiative „Responsible Communication“ glauben, der Einsatz von KI werde die Rolle der Kommunikatoren nachhaltig verändern. Zwei Drittel der Teilnehmer sehen ethische Herausforderungen bei Anwendungen von KI in der Unternehmenskommunikation – mehr als die Hälfte davon geht sogar von einer sehr hohen Relevanz ethischer Themen aus. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Online-Umfrage, die das Tübinger Projekt „Responsible Communication“ in Zusammenarbeit mit Europas führendem Thinktank „2beAhead“ und dem Fachmagazin w&v im Sommer 2020 durchgeführt hat. Knapp 100 Akteure aus Kommunikationsteams und Agenturen nahmen daran teil.

Aktuell schätzen die Befragten den Einfluss von KI auf den Arbeitsalltag eher gering ein. Auch hinsichtlich Strategie und Budget gibt es Diskrepanzen: Obwohl es keinen Zweifel an der zunehmenden Bedeutung von KI in der Kommunikationsbranche gibt, geben 62 Prozent der Umfrageteilnehmer an, dass in ihrem Unternehmen keine Investitionen in diesem Bereich geplant sind. Auf die Frage „Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Strategie für den KI-Einsatz in der Kommunikation?“ antworten nur 28,8 Prozent mit Ja. Konkrete KI-Anwendungen gibt es vor allem für Sprachübersetzungen (65,9%), gefolgt von Chatbots (56,1%); 41,5% setzen KI bereits für Personalisierung und Optimierung von Kampagnen ein.

Transparenz, Privatsphäre und Authentizität nennen die Teilnehmer als die zentralen Ethikthemen im Zusammenhang mit KI-Anwendungen. Um einen ethisch vertretbaren Einsatz in der professionellen Kommunikation zu gewährleisten, betrachten rund zwei Drittel Kodizes und Richtlinien als hilfreich und sehen hier vor allem die Europäische Union in der Verantwortung. Nur 5 Prozent sehen keine ethischen Probleme.

Vor allem auf Ebene der Geschäftsführung scheint es Nachholbedarf zu geben. Fast 73 Prozent bemängeln ein zu geringes KI-Verständnis auf Führungsebene. Beim Ethikverständnis sehen dort 37,5 Prozent der Befragten Defizite.

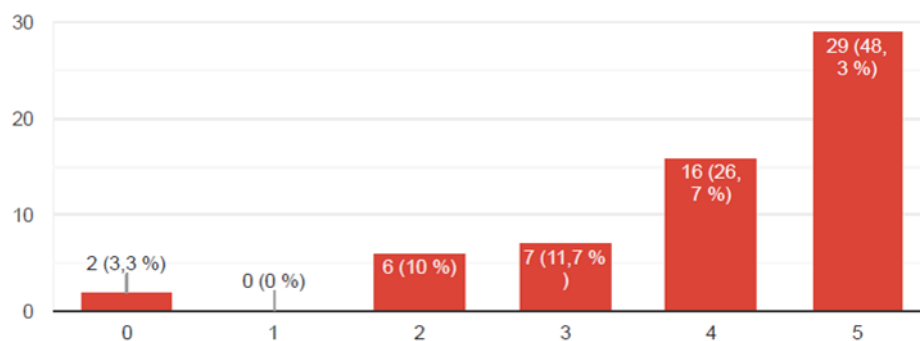
Trotz der Risiken plädieren nur elf Prozent für eine Berichterstattung, in der die Gefahren von KI im Mittelpunkt stehen. Stattdessen solle das Vertrauen in die Technologie gefördert und auf das Risiko ihrer allgemeinen Überschätzung

hingewiesen werden. 61 Prozent erhoffen sich durch den Einsatz von KI weniger Routineaufgaben – und dafür mehr Zeit für Kreativität.

Dass Künstliche Intelligenz die Branche und die Rolle der Kommunikatoren nachhaltig verändern wird, scheint unumstritten. Die Umfrageergebnisse zeigen jedoch, dass Unternehmen für die kommenden Herausforderungen ein besseres Verständnis von KI sowie ethischer Kommunikation und darüber hinaus finanzielle Mittel und bessere Planung brauchen.

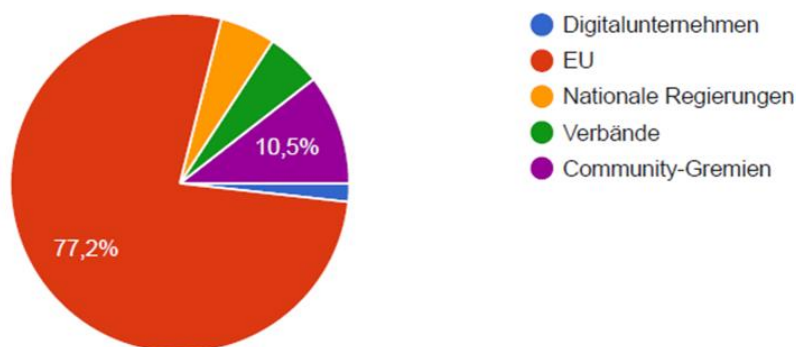
Das Tübinger Projekt „Responsible Communication“ wurde vom Weltethos-Institut und der Agentur Storymaker initiiert und ist zu einem Projekt mit mehreren Partnern aus Unternehmen und Agenturen gewachsen. Ziel ist es, verantwortungsbewusste und glaubwürdige Kommunikation zu fördern.

Denken Sie, dass KI zukünftig einen noch größeren Einfluss auf Ihre Arbeit haben wird?

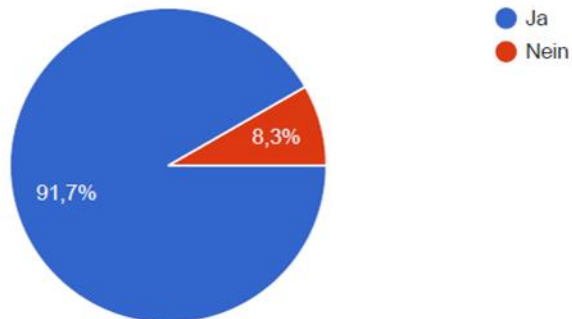


Der Einfluss von KI auf die Kommunikationsarbeit wird spürbar zunehmen, glauben die Teilnehmer.

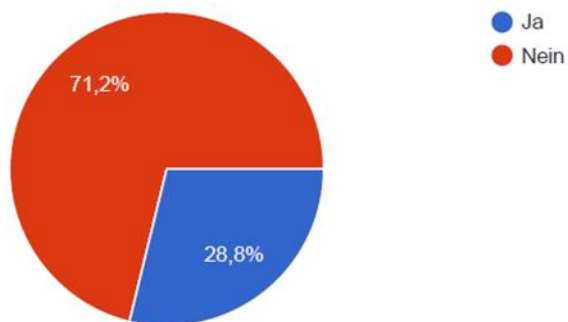
Wer sollte Richtlinien erlassen?



Glauben Sie, dass sich die Rolle der Kommunikatoren durch KI-Einsatz verändern wird?



Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Strategie für den KI-Einsatz in der Kommunikation?



Was sollte in der Kommunikation über KI im Vordergrund stehen?

