



## Wie nutzen deutsche Unternehmen künstliche Intelligenz in der PR?

**U**nsere Welt ist konstant im Wandel – und mit ihr auch die Medienlandschaft. Angesichts rasant fortschreitender Technologien vollzieht sich aktuell ein revolutionärer Umbruch in der Art und Weise, wie wir Informationen verarbeiten und konsumieren.

Einen großen Anteil daran haben künstliche Intelligenzen, die in der PR-Arbeit zunehmend Einzug halten. Doch was sind aktuelle 'Best Practices' und wie ist der Stand in Unternehmen im deutschsprachigen Raum?

### Diese Potenziale hat KI in der PR

#### **Zielgerichtete und personalisierte Kommunikation**

Eine der größten Stärken von KI-basierten Tools ist die Fähigkeit, große Datenmengen zu analysieren und Muster zu erkennen. Diese Erkenntnisse können Sie nutzen, um genaue Zielgruppenprofile zu erstellen und eine passgenaue Strategie für eine effiziente Kommunikation zu entwickeln.

Mit KI wird es zudem möglich, die strategische Kommunikation nicht nur auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abzustimmen, sondern auch individuell auf einzelne Nutzer zuzuschneiden und diese mit relevanten Informationen zu versorgen.

#### **Analyse und Optimierung von PR-Maßnahmen**

KI-basierte Tools erlauben eine datengetriebene Analyse und Optimierung von PR-Maßnahmen. Das hilft Ihnen, Ihre Aktivitäten zu messen, zu analysieren und

daraus Lernprozesse für zukünftige Maßnahmen abzuleiten. So können Sie die Effektivität von Kampagnen konsequent verbessern.

#### **Vorausschauende Planung und Strategieentwicklung**

Dank 'Predictive Analytics' und 'Trend Recognition' identifizieren Sie Trends, bevor Sie zum Mainstream werden. Mit der Möglichkeit, zukünftige Entwicklungen präzise vorherzusagen, können Sie rechtzeitig strategische Entscheidungen treffen und Ihre PR-Arbeit entsprechend ausrichten.

#### **Automatisierung von Routineaufgaben**

Durch das Automatisieren von Routineaufgaben sparen Sie wertvolle Zeit, die Sie für strategisch wichtigere Aufgaben nutzen können.

Typische Routineaufgaben sind beispielsweise die Erstellung von Inhalten oder das Monitoring von Medien.

### So ist der Status quo in deutschen Unternehmen

Die Zahl deutschsprachiger Unternehmen, die KI als Teil ihrer PR-Strategie einsetzen, wächst stetig. Ihre Erfahrungen zeigen, dass eine Künstliche Intelligenz sowohl die Reichweite als auch die Qualität der Kommunikation erheblich verbessern kann.

Dennoch steht der deutsche PR-Sektor in Sachen KINutzung noch ganz am Anfang und hat entsprechend viel Potenzial für zukünftiges Wachstum.

## Paper, Hashtags und mehr: Wo KI bereits zum Einsatz kommt

Viele Unternehmen setzen bereits KI-Technologien ein, um Websuche und Social-Media-Daten zu analysieren. Sie verwenden geeignete Tools, um den Nachrichtenfluss zu verfolgen und um zu verstehen, welche Themen ihre Zielgruppe interessieren. Insbesondere bei der Analyse von Hashtags und Schlagworten sind KI-Algorithmen enorm hilfreich. Sie ermöglichen es Unternehmen nicht nur, die aktuelle Stimmung zu verstehen, sondern auch zukünftige Trends vorherzusehen. Ein weiteres spannendes und beliebtes Einsatzgebiet von KI ist die automatische Erstellung von Inhalten und Texten. Tools können 'Native Ads', Pressemitteilungen oder sogar Geschäftsberichte verfassen – immer angepasst an das jeweilige Publikum und den Kontext.

## Skepsis und Hürden bremsen den Einsatz

Trotz der zahlreichen Erfolgsgeschichten bleibt eine gewisse Skepsis gegenüber der KI. Vor allem kleinere Unternehmen zögern noch, sie in ihre Kommunikationsstrategie zu integrieren. Eines der Hauptprobleme ist die Komplexität der KI-Technologie selbst. Das Verständnis für Künstliche Intelligenzen ist noch immer begrenzt, und viele PR-Profis haben Schwierigkeiten damit, sich mit ihnen vertraut zu machen. Denn KI erfordert spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten, die bei den meisten PR-Mitarbeitern derzeit noch nicht vorhanden sind.

Ebenso sind die ethischen Implikationen der Nutzung von KI ein Thema, mit dem sich viele Unternehmen beschäftigen. Die Verwendung von KI zum Sammeln und Analysieren von Daten wirft Fragen zum Datenschutz und zur Privatsphäre auf. Der richtige Umgang damit ist eine zentrale Herausforderung für Unternehmen. Auch die Auslagerung von PR-Aufgaben an die KI stellt viele Verantwortliche vor die Frage, ob damit die menschliche Expertise langfristig durch eine Maschine ersetzt wird.

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz bedeutet jedoch nicht, dass der menschliche Faktor verdrängt wird. Vielmehr geht es darum, die Stärken der KI zu nutzen, um die Arbeit von PR-Verantwortlichen zu unterstützen und zu vereinfachen. Die Erfahrung zeigt außerdem, dass sich die Vorarbeit oft durch eine KI beschleunigen lässt. Für den notwendigen Feinschliff braucht es aber immer noch einen Menschen.

## Hochwertige Tools für digitale PR

Langfristig können auch PR-Verantwortliche nicht mehr auf Künstliche Intelligenzen verzichten. Es ist daher sinnvoll, sich schon jetzt mit der Technologie auseinanderzusetzen. Hier sind vier KI-basierte Tools, die in der PR-Branche bereits genutzt werden:

### OpenAI GPT-4

Dieses zukunftsweisende KI-Tool zur Texterstellung bietet Möglichkeiten, die weit über das bloße Ghostwriting hinausgehen. GPT-4 kann komplexe, menschenähnliche Texte verfassen und ist somit ideal, um Artikel zu schreiben, Interviews zusammenzufassen und tiefgreifende Recherchen durchzuführen. Es kann Ihnen helfen, wertvolle Zeit zu sparen und ansprechende Inhalte zu verfassen, die am Ende nur noch Ihren Feinschliff benötigen.

### Grammarly

Grammarly ist ein unverzichtbares Tool, wenn Sie hochwertige Texte verfassen möchten. Mithilfe von KI analysiert Grammarly die Texte und macht Vorschläge zur Verbesserung von Grammatik, Rechtschreibung und Schreibstil. Es hilft Ihnen so, Fehler zu minimieren und die Lesbarkeit der PR-Botschaften zu verbessern.

### Fraser

Fraser AI geht über die reine Texterstellung hinaus und hilft Ihnen, SEO-optimierte Texte zu schreiben, die ein hohes Google Ranking erreichen. Das funktioniert, indem Fraser die Top-Suchmaschinenergebnisse für ein Thema analysiert und Vorschläge für eine Gliederung und Inhalte machen kann.

## MarketMuse

Mit diesem KI-basierten Content-Strategie-Tool können Sie Inhalte analysieren und Optimierungsmöglichkeiten identifizieren. Es hilft Ihnen, relevante Themen für Ihre Zielgruppe aufzudecken und Inhalte zu erstellen, die hervorragend in Suchmaschinen abschneiden. Durch die tiefgreifende Content-Analyse können Sie Ihre Botschaften außerdem präziser und wirksamer gestalten.

## KI in der PR von morgen

Wie die Zukunft der PR mit Künstlicher Intelligenz aussieht, lässt sich nur erahnen. Klar ist aber, dass sich die aktuelle Praxis verändern wird. Vieles deutet darauf hin, dass KI eine noch interaktivere und vernetzte Kommunikation ermöglichen wird. Zentral dafür sind die richtigen Tools und deren zielgerichteter Einsatz, um die Effektivität von Kampagnen zu verbessern.

Künstliche Intelligenzen haben somit die Power, die digitale PR-Arbeit von morgen zu revolutionieren. Die Möglichkeiten sind nahezu unbegrenzt, und wir stehen erst am Anfang dieser spannenden Reise.

Magdalena Lürwer, PresseBox



Die PresseBox ist ein etabliertes PR-Portal mit Fokussierung auf die Bereiche IT, Technologie & Industrie. Während Journalisten und Meinungsmacher die PresseBox als umfangreiche Recherchequelle zur Unterstützung ihrer täglichen Arbeit nutzen, wickeln tausende Firmen jeder Größe ihre externe Unternehmenskommunikation über die PresseBox ab.

Sie erhalten bei der PresseBox ein Rundum-Paket für nachhaltig erfolgreiche Pressearbeit und profitieren von einer reichweitenstarken Veröffentlichung von Pressemitteilungen, News, Stellenanzeigen und Firmen-Events.

Die Kombination aus zielgerichteter Distribution, umfangreichem PR-Management, integrierter Analyse und individuellem Service macht die Presse-Box zu einem unverzichtbaren Werkzeug für langfristigen PR-Erfolg.

<https://info.pressebox.de/>