



Künstliche Intelligenz:

Was ist ChatGPT und was kann die KI ?

Seit Dezember 2022 ist ChatGPT in aller Munde. Doch nicht jeder weiß, was sich dahinter eigentlich verbirgt: ChatGPT ist die Abkürzung für „Chatbot Pre-trained Transformer“. Es handelt sich um einen Chatbot, mit dem Benutzer per Texteingabe menschenähnlich kommunizieren können. Das Besondere an ChatGPT: Er lernt aus der Unterhaltung und kann komplizierte Sachverhalte erklären. Selbst Gedichte, Nachrichten oder kurze Texte kann der Chatbot verfassen – und damit die eigentliche Schreibearbeit von Redakteuren & Co. übernehmen.

Das funktioniert, weil ChatGPT mit Millionen von Texten trainiert wurde. Ob Texte aus dem Internet, sozialen Medien, Zeitungsartikeln oder Büchern – die Künstliche Intelligenz soll so viel Wissen wie möglich ansammeln, um auf jede Frage eine Antwort zu haben. Die neue Version GPT 4.0 kann inzwischen sogar Bilder analysieren und soll kreativer sowie besser im logischen Denken sein.

Genau hier liegt aber die Crux. ChatGPT ist nämlich nur so gut wie die Informationen, mit denen er gefüttert wird. Erhält er falsche Informationen, kommen am Ende auch falsche Antworten heraus. Ebenso kann es sein, dass ChatGPT Antworten erfindet, weil er die richtige Antwort nicht parat hat.

Tatsächlich hat ChatGPT bereits des Öfteren falsche Informationen als Fakten verkauft oder Unsinn erzählt. Ein Laie, der sich mit der Thematik nicht auskennt, kann das auf den ersten Blick aber nicht erkennen. Gerade in Zeiten von Fake News ist das gefährlich. Schließlich glauben

User so möglicherweise Dinge, die nicht stimmen. Und auch ein Unternehmen, das Texte eins zu eins von einem Chatbot übernimmt, ohne diese zu prüfen, läuft schnell Gefahr, sein Vertrauen bei den Kunden zu verspielen.

Keine Individualität und Gefahr von Duplicate Content

Ein weiteres Problem, das sich ergibt: Durch den Aufstieg künstlicher Intelligenzen geht die Authentizität und Identität im Netz verloren. Und damit auch das, was eine Marke bzw. ein Unternehmen am Ende ausmacht.

Stellen Sie sich vor, Sie schreiben Ihre Pressemitteilungen in Zukunft nur noch über ChatGPT. Ihre direkten Konkurrenten haben sich ebenso entschieden, ChatGPT für ihre Pressearbeit zu nutzen. Lassen Sie sich jetzt einen Text zum gleichen Thema erstellen, wird dieser wahrscheinlich relativ ähnlich aussehen. Statt eines individuellen Textes, der Ihrer Marke entspricht, haben Sie also den gleichen Content wie Ihre Wettbewerber. Das ist nicht nur im Hin-

blick auf Medienvertreter, sondern auch für potenzielle und bestehende Kunden relevant. Denn warum sollen sich diese für Sie entscheiden, wenn der Content sowieso gleich ist? Schließlich könnten es Ihre Produkte dann ebenso sein. Darüber hinaus bewerten auch Suchmaschinen Ihren Content anders. Ähnelt dieser zu sehr der Konkurrenz, rutschen Sie beide im Ranking abwärts. Der Effekt von Content als Rankingfaktor verpufft damit – oder kann sich sogar negativ auswirken.

Auch für den Chatbot brauchen Sie Personal

Bei einer Texterstellung mit ChatGPT fehlt aber nicht nur die persönliche Note, die Sie einzigartig und authentisch für Kunden macht. Da ChatGPT (noch) nicht in der Lage ist, richtige von falschen Informationen zu unterscheiden, kann er am Ende nur die Informationen wiedergeben, die er kennt. Ein Faktencheck? Entfällt einfach, weil es die KI nicht kann.

Einfach laufen lassen können Sie die KI also nicht, da Sie sonst womöglich falsche Informationen verbreiten. Sie brauchen jemanden, der die Inhalte auf Fake News prüft und Fehlinformationen korrigiert. Außerdem brauchen Sie auch jemanden, der den Chatbot mit Informationen füttert. Und je mehr Texte Sie von ChatGPT

erstellen lassen, desto mehr Personal brauchen Sie auch, um die Arbeit des Chatbots zu kontrollieren. Redakteure mit ChatGPT zu ersetzen, um Kosten zu sparen, funktioniert also nicht.

Zudem besteht Pressearbeit nicht nur daraus, Texte zu schreiben. Auswertungen, öffentliche Ansprachen oder die Kampagnenplanung gehören hier genauso dazu wie der Blick für das große Ganze. All das kann ein Chatbot schlichtweg nicht leisten. Die Planung und Kommunikation muss immer noch ein Mensch übernehmen.

Künstliche Intelligenz als Unterstützung, nicht als Ersatz

Sind ChatGPT oder auch andere Anwendungen, die mit KI arbeiten, also unnötig? Man muss das Ganze differenziert betrachten. Ein Ersatz für die Texterstellung durch einen Menschen ist der Chatbot nicht. Allerdings könnte er Ihnen durchaus Arbeit abnehmen. Gerade Routineaufgaben werden in anderen Branchen längst automatisiert. Warum also nicht auch in der Textproduktion?

ChatGPT kann Ihnen z.B. Ideen für den Aufbau und ein Gerüst für Ihre Pressemeldungen liefern. Die Informationen und das Know-how, das nur ein Mensch haben kann, lassen Sie dann einfließen und bringen die

Meldung in Ihre unternehmenseigene Form und Tonalität.

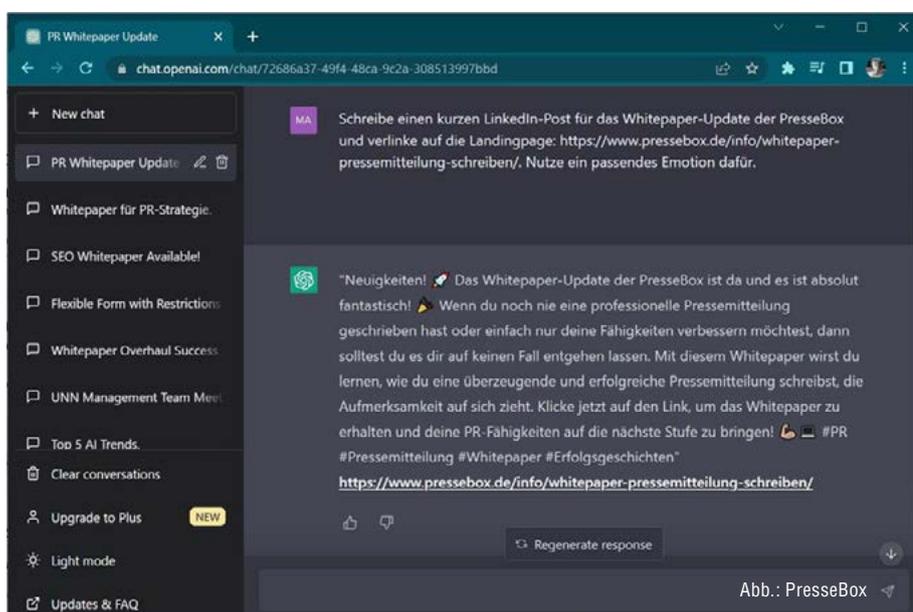
Kurz gesagt: Das System übernimmt die erste Recherche und stellt einen groben Aufbau dar. Der Texter ist derjenige, der aus diesem Gerüst einen individuellen und inhaltlich korrekten Text gestaltet.

ChatGPT ist damit kein Ersatz, sondern mehr ein Hilfsarbeiter, der Ihnen den Ball zuspielt. Annehmen und richtig verwerten müssen Sie ihn immer noch selbst. Allerdings gibt es auch hier Ausnahmen. Für hochwertigen Qualitätsjournalismus ist ChatGPT (bisher) ungeeignet. Aktuell gibt die KI nämlich keine Quellen an. Sie wissen also nicht, woher die Informationen überhaupt stammen.

ChatGPT kann die Zukunft der Pressearbeit verändern

Mit der Einführung von ChatGPT ist definitiv ein neues Zeitalter angebrochen, in dem sich Content Marketing und Pressearbeit verändern werden. Bisher können wir aber nur mutmaßen, wie die Content-Produktion der Zukunft aussehen wird. Denn die Potenziale von ChatGPT und anderen KI täuschen nicht über die Risiken hinweg, die daraus ebenso entstehen können. Es bleibt also spannend!

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://www.pressebox.de/info/>