

DIE KI-REVOLUTION IN DER PR: STRATEGISCHE SCHRITTE FÜR MARKETING-ENTSCHEIDER

Die digitale Transformation hat branchenübergreifend fundamentale Veränderungen hervorgerufen. Jetzt setzt Künstliche Intelligenz (KI) revolutionäre Impulse – auch in der PR. Aber wie können Marketing-Entscheider diese innovative Technologie optimal für sich nutzen? Und welche rechtlichen Rahmenbedingungen gilt es zu beachten?

KI IN DER PR – EINE REVOLUTION IM KOMMUNIKATIONSPARADIGMA

Die Einbindung der KI in die PR ist nicht nur ein kurzlebiger Trend. Sie ist ein klares Indiz für einen Paradigmenwechsel, der die PR-Branche und deren Ansätze nachhaltig beeinflussen wird:

Effizienzsteigerung: Durch den Einsatz von KI-Tools werden zeitaufwendige Routinearbeiten automatisiert. Datenanalysen, die früher Tage oder Wochen dauerten, können nun in wenigen Minuten mit größerer Präzision durchgeführt werden.

Zielgerichtete Kommunikation: Nie zuvor konnte so genau analysiert werden, welche Botschaften bei welcher Zielgruppe ankommen. Die KI ermöglicht es, individuelle Kundenprofile zu erstellen und PR-Botschaften maßzuschneidern.

Reaktionsgeschwindigkeit: In unserer digitalen Welt geschieht alles in Echtzeit. KI-Tools ermöglichen es, Trends und Entwicklungen in den Medien sofort zu erkennen und darauf zu reagieren.

WARUM JETZT DER RICHTIGE ZEITPUNKT FÜR KI IN DER PR IST

Für Marketing-Entscheider, die sich proaktiv mit den Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) auseinandersetzen, eröffnen sich dabei

gleich mehrere Vorteile:

Erlangen von Wettbewerbsvorteilen: In einer Branche, die von ständigem Wandel und intensivem Wettbewerb geprägt ist, kann die frühe Integration von KI-Technologien einen entscheidenden Vorsprung bedeuten. Unternehmen, die KI in ihre PR-Strategien integrieren, können ihre Marktposition stärken, sich von Mitbewerbern abheben und sich als zukunftsorientierte Branchenführer etablieren.

Entwicklung innovativer PR-Strategien: Die traditionellen PR-Methoden, obwohl bewährt, stoßen in unserer digital vernetzten Welt oft an ihre Grenzen. KI bietet die Möglichkeit, diese Grenzen zu durchbrechen. Sie ermöglicht es, individuelle Kommunikationsstrategien zu entwerfen, die auf datengetriebenen Erkenntnissen basieren. So können Botschaften noch zielgerichteter und effektiver an die jeweilige Zielgruppe übermittelt werden.

Realisierung von Kosteneinsparungen durch Automatisierung: Die Anfangsinvestition in KI-Technologien mag zwar zunächst hoch erscheinen, jedoch versprechen sie langfristige Einsparungen. Durch die Automatisierung zeitaufwendiger und repetitiver Aufgaben können nicht nur personelle Ressourcen effizienter eingesetzt, sondern auch Fehlerquellen minimiert werden. Dies führt zu einer allgemein höheren Effizienz in PR-Prozessen und ermöglicht es Unternehmen, ihr Budget gezielter und gewinnbringender zu nutzen.

Insgesamt zeigt sich, dass der aktuelle Zeitpunkt nicht nur günstig, sondern fast unumgänglich für die Einführung von KI in der PR ist. Nur so können Unternehmen sicherstellen, dass sie den künftigen Anforderungen der Branche gewachsen sind und ihre Marktposition nachhaltig festigen und ausbauen.

RECHTLICHE ASPEKTE BEI KI IN DER PR

Die Nutzung von KI bringt aber nicht nur Vorteile, sondern auch rechtliche Herausforderungen mit sich:

Datenschutz: Bei der Verarbeitung personenbezogener Daten durch KI-Tools müssen die Vorschriften der DSGVO und anderer relevanter Gesetze strikt eingehalten werden.

Transparenz: KI-generierte Inhalte oder Entscheidungen sollten transparent gekennzeichnet werden, um ethische Standards zu wahren.

Verantwortlichkeit: Bei Fehlentscheidungen oder -kommunikationen durch KI müssen klare Verantwortlichkeiten definiert sein.

KI IN DER PR: DIE MEINUNGEN IN DER KOMMUNIKATIONSBRANCHE GEHEN AUSEINANDER

Die Künstliche Intelligenz mag in vielen Branchen bereits Fuß gefasst haben, in der PR scheint jedoch eine gemischte Einstellung vorzuherrschen. Eine kürzlich durchgeführte Umfrage von „News aktuell“, einer Tochter der dpa, und der Kommunikationsberatungsagentur PER gibt tieferen Einblick:

Allgemeine KI-Nutzung in der PR: Von den befragten PR-Profis in Deutschland und der Schweiz setzen 41 % noch keine KI ein. Interessanterweise sehen aber 66 % der Befragten KI eher als Chance für die Branche, während nur 13 % sie als Risiko empfinden.

KI-Nutzung nach Firmenstruktur: PR-Agenturen scheinen offener für den Einsatz von KI zu sein als Unternehmenspressestellen. Nur 33 % der Agenturen verzichten bisher auf KI, verglichen mit 47 % der Unternehmenspressestellen.

SPEZIFISCHE KI-ANWENDUNGEN:

Texterstellung: 32 % der Befragten nutzen KI zur Unterstützung bei der Texterstellung. Bei den PR-Agenturen steigt dieser Prozentsatz sogar auf 42 %, verglichen mit 25 % bei den Pressestellen.

Themen- und Trendfindung: Hierbei greifen 22 % der PR-Profis auf KI zurück.

Media-Monitoring: 20 % der PR-Experten nutzen KI für Medienbeobachtung.

Untergenutzte KI-Anwendungen: Es gibt Bereiche, in denen KI bisher wenig genutzt wird, wie Verifikation von Informationen (7 %), Bilderkennung, Reputationsmanagement, Influencer-Marketing, Videoproduktion und Krisenprävention bzw. Krisenmanagement (2-3 %).

EINSCHÄTZUNGEN UND ERWARTUNGEN ZU KI

Die Vorteile, die PR-Profis durch den Einsatz von KI erwarten, sind vielfältig:

- Mehr Zeit für komplexe Tätigkeiten wie Strategie und Konzeption (63 %).
- Beschleunigung von Arbeitsprozessen und Ressourceneinsparung (60 %).

- Bessere Medienanalysen (48 %).
- Effizientere Zielgruppenansprache (33 %).
- Schnelle Verfügbarkeit von Expertenwissen (32 %).

KI IN DER PR: EINE CHANCE, DIE ERKANNT UND GENUTZT WERDEN SOLLTE

Obwohl einige in der PR-Branche noch zögern, KI einzusetzen, ist das Potenzial dieser Technologie nicht zu leugnen. Die Umfrage zeigt, dass diejenigen, die bereits KI verwenden, eine Vielzahl von Vorteilen erkennen und nutzen. Es wird interessant sein zu beobachten, wie sich diese Trends in den kommenden Jahren weiterentwickeln, insbesondere angesichts der Tatsache, dass viele PR-Profis KI als entscheidenden Faktor für die Zukunft der Branche betrachten. Mit ProComm's Angebot an AI-Trainings haben Unternehmen die Möglichkeit, sich effektiv auf diese KI-Revolution vorzubereiten und sicherzustellen, dass sie nicht zurückbleiben. Es ist an der Zeit, diesen Wandel zu umarmen und das volle Potenzial der KI in der PR zu nutzen.

Die Einbindung der KI in die PR ist nicht nur ein kurzlebiger Trend. Sie ist ein klares Indiz für einen Paradigmenwechsel, der die PR-Branche und deren Ansätze nachhaltig beeinflussen wird.

FAZIT: KI IN DER PR – EIN UNAUFHALTSAMER FORTSCHRITT

Die Integration von KI in die PR-Branche ist keine Option mehr, sondern eine Notwendigkeit. Marketing-Entscheider, die diese Entwicklung proaktiv angehen, positionieren sich und ihre Unternehmen optimal für die Zukunft. Mit Unterstützung von Experten wie ProComm können Unternehmen nicht nur den aktuellen Herausforderungen begegnen, sondern auch zukünftige Trends antizipieren und nutzen.

Schließen Sie sich der Bewegung an und nutzen Sie die Chancen, die sich durch die KI-Revolution in der PR ergeben. ProComm steht Ihnen als kompetenter Partner zur Seite und hilft Ihnen, den Übergang reibungslos und gewinnbringend zu gestalten.

¹ <https://www.leadersnet.de/news/68338,ki-kommunikation-profis-sehen-mehr-chancen-als-risiken.html>



GABRIELA MAIR

Ihre Ansprechpartnerin für PR und Content

ProComm e.U.

📍 Urbangasse 21/1/11, 1170 Wien
☎ +43 1 408 57 94
📠 +43 676 908 35 71
✉ g.mair@procomm.biz
🌐 www.procomm.biz