

HarbourClub

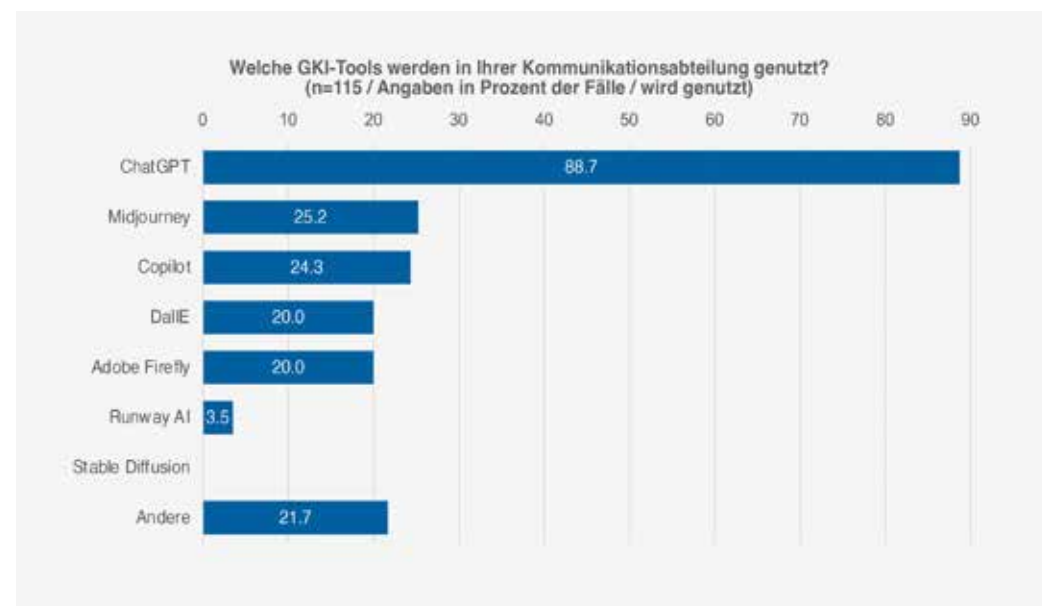
# Generative KI: von der Experimentierphase zur etablierten Anwendung

Rund eineinhalb Jahre nach Lancierung von ChatGPT durch die Firma OpenAI ist klar: Die Auswirkungen der mittlerweile unzähligen Tools, die mit generativer künstlicher Intelligenz arbeiten, auf die Kommunikationsabteilungen und -agenturen sind immens. Erste Ergebnisse der IAM-Trendstudie 2024 zur Kommunikation in der digitalen Transformation zeigen, dass die Tools nicht nur zur Text- und Bilderstellung eingesetzt werden, sondern entlang des ganzen Wertschöpfungsprozesses der Kommunikation. Viele Unternehmen bauen an eigenen Lösungen, um ihre Daten zu schützen und um ihre Markenwelten mit den Ergebnissen zu verknüpfen.

Autor:innen: **Nicole Rosenberger, Markus Niederhäuser, Katharina Krämer\*** Grafiken: **ZHAW**



Generative KI wird mittlerweile im ganzen Wertschöpfungsprozess der Kommunikation eingesetzt.



ChatGPT von OpenAI hat bei den Tools nach wie vor eine beherrschende Position.

Mit einer Online-Befragung von Chief Communications Officers (CCOs) in der Schweiz sowie mit 15 vertiefenden Interviews mit CCOs, Kommunikationsberater:innen sowie Rechts- und Ethik-Expert:innen hat ein IAM-Forschungsteam rund um die Professur von Nicole Rosenberger den Stand der Generativen KI (GKI) in den Schweizer Kommunikationsabteilungen erhoben. Bei den im April und Mai 2024 durchgeführten Erhebungen zeigt sich, dass immerhin ein Drittel der Kommunikationsabteilungen über die Experimentierphase hinaus ist und

«Mit gefälschten Bildern oder Videos können Shitstorms in einzelnen Unternehmen ausgelöst werden.»

erste systematische Anwendungen mit GKI praktiziert. Nicht überraschend ist Texterstellung und -bearbeitung der Spitzenreiter, wobei auch mit Bildgeneratoren bereits eifrig gearbeitet wird. Betroffen ist aber die gesamte Wertschöpfungskette der Kommunikation: Von der Analyse und Recherche über Strategiefindung bis zur Massnahmenentwicklung lassen sich die Kommunikati-

\* Nicole Rosenberger, Markus Niederhäuser und Katharina Krämer forschen und lehren am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW.

onsprofis in ihrer Arbeit von der KI unterstützen.

### Microsoft Copilot im Kommen

ChatGPT von OpenAI hat im November 2022 als First Mover den Aufmerksamkeitsmarkt erobert und damit die erst unter Insidern bekannte Generative KI zu einem Massenphänomen gemacht. So überrascht es nicht, dass dieses Tool auch eineinhalb Jahre danach das mit Abstand am weitest verbreitete in den Schweizer Kommunikationsabteilungen ist. Der Copilot von Microsoft, der bereits bei vielen Unternehmen im Einsatz steht, arbeitet ebenfalls mit ChatGPT und verstärkt damit dessen Dominanz. Im Bildbereich werden in der Befragung Midjourney, DallE und Adobe Firefly ähnlich häufig genannt. Dass etwa 22 Prozent der Befragten mit weiteren Tools arbeitet, zeigt die mittlerweile grosse Vielfalt an GKI-Anwendungen.

### Potenziale und Risiken im Blick

In den Interviews mit Kommunikationsexpert:innen wurde deutlich, dass man sich der Risiken der Generativen KI zwar durchaus bewusst ist, dass diese aber gerade für die Kommunikationsabteilungen auch immense Chancen und Potenziale bietet. In den Interviews wie auch in der Online-Befragung ist unbestritten, dass GKI zu deutlichen Effizienz- und Produktivitätssteigerungen führen wird, verbunden mit Kostenersparnissen. Ob die gewonnene Zeit für die Nutzung weiterer Chancen verwendet werden kann, zum Beispiel für das Erarbeiten von kreativen Lösungen, für besseres Targeting oder für Qualitätssteigerungen, hängt massgeblich davon ab, ob die durch die Effizienzsteigerung gewonnenen Ressourcen wirklich genutzt werden dürfen und nicht einfach weggespart werden.

Die Kommunikationsexpert:innen sind sich der vielfältigen Risiken der generativen KI durchaus bewusst. Die in der Gesellschaft breit geführte Diskussion um Fake News, die durch die neuen Technologien vervielfacht werden könnten, bereitet auch in den Kommunikationsabteilungen Sorgen. So könnten Shitstorms gegen einzelne Unternehmen in bisher unbekanntem Ausmass ausgelöst werden, zum Beispiel mit gefälschten Bildern oder Videos. Rechtliche und ethische Fragen stehen ebenfalls weit oben auf der Sorgenliste der Kommunikationsprofis. In-

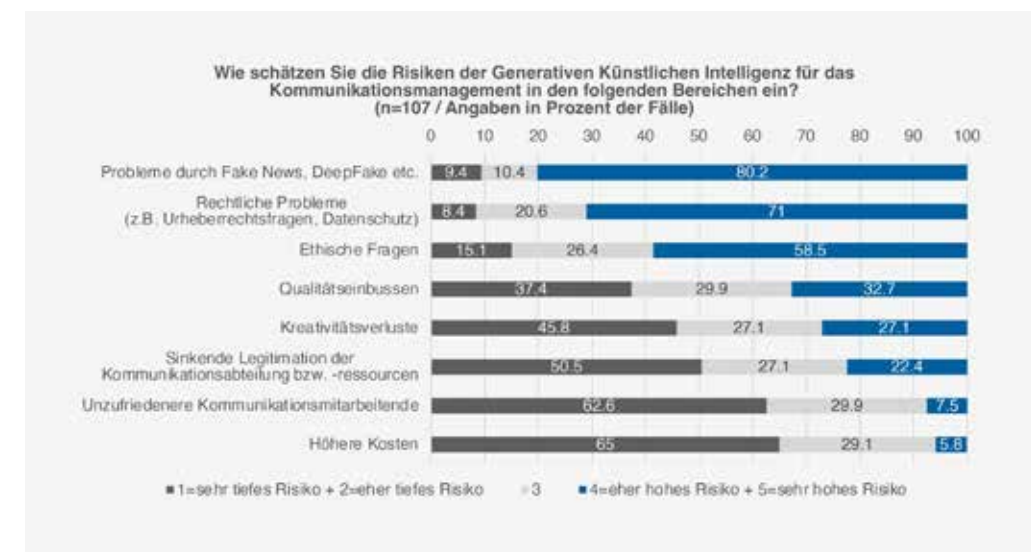
teressanterweise äusserte sich ausgerechnet der Rechtsexperte am entspanntesten, wenn es um die rechtlichen Risiken des Einsatzes der Generativen KI geht.

Welche Rolle die Kommunikationsabteilung in Bezug auf die Sensibilisierung und Schulung aller Mitarbeitenden der Organisation spielen sollte, wird unterschiedlich beurteilt. Einig sind sich die Expert:innen, dass die Kommunikation in der Nutzung der Generativen KI als leuchtendes Beispiel vorangehen muss. Hervorgehoben wird zudem, dass es das Zusammenspiel von Kommunikation, IT und allenfalls HR/Organisationsentwicklung braucht, um die Mitarbeitenden mit den neuen Technologien vertraut zu machen, sie aber auch für die Risiken der Generativen KI zu sensibilisieren.

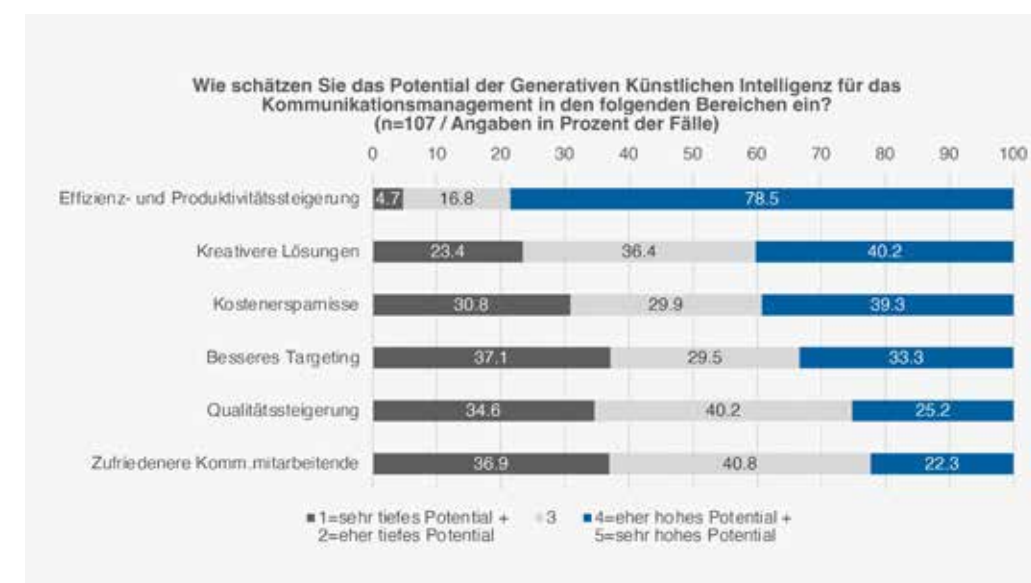
Dieser Artikel erschien am 25. Mai 2024 auch auf **Language matters**, einem Blog der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

### ZHAW-Trendstudie seit 2018

Das Forschungsprojekt «Kommunikation in der digitalen Transformation» des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW ist als Trendstudie angelegt und untersucht seit 2018 alle zwei Jahre den Entwicklungsstand und -bedarf der Unternehmenskommunikation in der digitalen Transformation. In der Trendstudie 2024 wurde der Schwerpunkt auf das Thema generative KI gelegt. An der Online-Befragung haben sich 115 CCO beteiligt. Zudem wurden 15 Experteninterviews mit CCO, strategischen Kommunikationsberater:innen und -beratern und Expertinnen und Experten aus den Bereichen Recht und Ethik geführt. Die Trendstudie 2024 wird im Sommer publiziert.



Missbrauchsängste sowie rechtliche und ethische Fragen werden als grösste Risiken eingeschätzt.



CCO erwarten durch die generative KI eine deutliche Produktivitätssteigerung.