



# Alles automatisch?

Die Rolle von Algorithmen nimmt in der digitalen Welt immer mehr und mehr zu; auch in der PR-Branche wird Automatisierung wichtiger – zu welchem Preis?

Von selbst fahrenden Autos über das smarte Zuhause bis hin zu automatisierten Bewertungen und Analysen – die Digitalisierung hat in den letzten Jahren dank stark verbesserter Rechenleistungen große Fortschritte im Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI) gebracht. In vielen Bereichen sind diese Fortschritte durch-

wegs positiv besetzt – für die PR ermöglichen sie etwa gezieltere Auswertungen und individuelle Anpassungen an die Bedürfnisse der Kunden. Die neuen Technologien haben aber auch ihre Schattenseiten.

## Freiwillige Überwachung

Beim Weltwirtschaftsforum in Davos warnte beispielsweise US-Milliardär George Soros vor

den Gefahren, zu denen Prozesse maschinellen Lernens und künstlicher Intelligenz führen könnten. Vor allem *autoritäre* Regime können neue Technologien zur Entwicklung von Überwachungsinstrumenten nutzen – prominentestes Beispiel ist die Einführung des sogenannten Sozialkredit-Systems in China, das die Bürger Chinas auf Basis zahlreicher Daten kategorisiert

und bewertet. Ohne Algorithmen, die diese Kategorisierungen automatisiert vornehmen, wären solche Systeme nicht denkbar.

Auf der anderen Seite bieten algorithmische Auswertungen natürlich Vorteile. Erst durch automatisierte Auswertungen lassen sich große Datenberge sinnvoll analysieren und verarbeiten. Anbieter von Media Clip-