

die Sprachsoftware bereits seit Anfang dieses Jahres für eine „inhouse Prozess-Erneuerung“, so Klemens Ganner. Optimierte und trainierte wurde die Software für österreichisches Deutsch.

Durch die Möglichkeit, das gesprochene Wort in Form von Audio- oder Videofiles nun als Text vorliegen zu haben, öffnen sich sehr viele neue Anwendungsbereiche. So findet automatisch mit der Speech-to-Text-Anwendung auch eine Verschlagwortung des Inhalts statt, was für Unternehmen, Medien und öffentliche Stellen die Möglichkeit bietet, viel mehr Textangebote zu bisher unzugänglichem Content für Menschen mit besonderen Bedürfnissen anzubieten – im Sinne eines barrierefreien Zugangs, erklärt Ganner. Auch SEO-Anforderungen können mit Transkripten besser erfüllt werden.

„Eine Menge Know-how nötig“
Dass für den KI-Einsatz eine Menge Know-how vonnöten ist, dessen ist man sich in der APA bewusst. „Es geht jetzt stark um den Aufbau von Know-how im Bereich generativer Künstlicher Intelligenz – und zwar innerhalb

der gesamten APA-Gruppe, also für alle Bereiche; das Bewusstsein über Chancen und Risiken muss vorhanden sein. In zweiter Linie geht es darum, Auswirkungen und Einsatzmöglichkeiten für uns, unsere Produkte, Kundinnen und Kunden zu evaluieren und Lösungen für unsere Stakeholder festzumachen – egal ob das redaktionelle Stakehol-

der im Medienbereich sind oder die Zielgruppe der Kommunikationsbranche.“ Dabei sei Kooperation „das Zauberwort“, so Wippersberg.

Sicherer Umgang mit KI

Denn „die Aufgabe ist ja, die vielen Ideen, die es in allen Abteilungen der APA gibt, zu koordinieren und gemeinsam an Lösungen zu arbeiten. So kann man auch viel besser erkennen, welche Dinge man gut für Kundinnen und Kunden, aber auch für uns inhouse brauchen kann. Wir müssen darauf schauen, dass wir nicht alle gleichzeitig losgaloppieren, und wenn, dann koordiniert“, und dies sei eine zentrale Aufgabe der gemeinsamen AI-Taskforce. Egal welches Produkt am Ende herauskommt – wesentlich sei, dass quasi als Gütesiegel symbolisch „trusted

AI by APA“ draufstehe, und dies sei eine ganz besondere Verantwortung, die man auch wahrnehme, ergänzt Ganner. So unermesslich groß nun die Möglichkeiten bei der zielgerichteten Verarbeitung von Content sind, so bewusst sind sich Wippersberg und Ganner aber auch bei wichtigen Fragen rund um Ethik, Transparenz, Urheber-

rechte und nötige Qualitätsstandards im Zusammenhang mit KI.

Unter anderem gelte es Fragen zu lösen, wie: „Wer ist am Ende der Erschaffer oder die Erschafferin eines Contents? Jene Person, welche die Aufgabe definiert und den Prompt formuliert hat, oder die KI, die den Content generiert hat?“, so Ganner.

APA-Campus

Bei der Austria Presse Agentur hat man bereits im vergangenen Jahr eine KI-Leitlinie zum verantwortungsvollen Einsatz von KI-Technologien im Unternehmen herausgegeben – diese wird derzeit an die aktuellen Entwicklungen rund um generative AI-Formen wie ChatGPT angepasst.

Mit Beginn des Jahres hat die APA, wie erwähnt, auch eine AI-Taskforce als interdisziplinäres Team gebildet, welches sämt-

“

Es geht jetzt stark um den Aufbau von Know-how im Bereich generativer Künstlicher Intelligenz – und zwar innerhalb der gesamten APA-Gruppe.

Julia Wippersberg
GF APA-OTS

“



Klemens Ganner (APA-DeFacto) und Julia Wippersberg (APA-OTS).

© Martina Berger

liche KI-Aktivitäten der Nachrichtenagentur-Gruppe koordiniert, Analysen durchführt und Antworten auf die derzeit vielen Fragen rund um den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Unternehmenskontext formuliert.

Für einen konstruktiven und verantwortungsvollen Umgang mit KI-Technologien sind auch in der PR- und Kommunikationsbranche neue Kompetenzen essenziell, erklärt Wippersberg. Daher wurde kürzlich das Weiterbildungsangebot des APA-Campus um relevante Workshops zum Thema AI erweitert. So widmet man sich in Seminaren beispielsweise dem Thema Prompt Engineering, um große Sprachmodelle wie ChatGPT, Bard und Bing effektiv nutzen zu können. Expertinnen und Experten klären darüber hinaus über das Thema Urheberrecht bei KI-generierten Inhalten auf und beleuchten Potenziale und Gefahren generativer KI im Journalismus und im Bildbereich.

Portfolio-Erweiterung

Hier wolle man in Zukunft das Portfolio deutlich erweitern, denn am Ende des Tages brauche es gerade beim Thema KI eine „informierte Öffentlichkeit“, und der APA-Campus wolle hier seinen Teil dazu beitragen, so Wippersberg abschließend. Bisher habe sich der APA-Campus traditionellerweise an die PR- und Medienbranche gerichtet, eine Öffnung an neue Zielgruppen ist in Planung.

“

Wer ist am Ende der Erschaffer eines Contents? Jene Person, welche die Aufgabe definiert und den Prompt formuliert hat, oder die KI, die den Content generiert hat?

Klemens Ganner
GF APA-DeFacto

“