

NEUER LEHRGANG

Zertifizierte Nachhaltigkeit

WIEN. Der PRVA hat Ende November einen neuen Lehrgang mit dem Namen „Certified Sustainability Communications Expert“ gestartet. Im Zentrum steht die Vermittlung von Wissen im Bereich Nachhaltigkeits- und Klimaschutzkommunikation.

PUNKTGENAU.PR

Fokus 2023 auf Immobilien

© Punktgenau.PR

WIEN. punktgenau.PR hat sich 2023 stark auf die Kommunikation rund um das Thema Immobilien fokussiert. Neben der laufenden Betreuung der Raiffeisen Immobilien widmet sich punktgenau.PR auch den spezialisierten PR-Anforderungen der Liegenschafts Bewertungs Akademie LBA. Angesprochen auf allgemeine Branchen-Entwicklungen, meint punktgenau-Geschäftsführer Hans-Georg Mayer: „Was wir merken, ist, dass Branchen, die aktuell stark unter Druck sind, wie die Immobilienbranche, vermehrt kommunizieren müssen und wollen. Auf der anderen Seite ist für 2024 zu erwarten, dass Budgets massiv eingeschränkt werden.“

Tiefgreifende Veränderungen

Beatrix Eder-Skias beleuchtet in ihrem Gastkommentar die Veränderungen in der Arbeitswelt durch KI.



© Christina Arzenberger-Fink

Ambivalent

Beatrix Skias ist Eigentümerin der Agentur skias. strategy + relations: „KI ist keine ethische Instanz.“

Gastkommentar

•• Von Beatrix Eder-Skias

WIEN. Die Arbeitswelt befindet sich in einer tiefgreifenden Veränderung, und Künstliche Intelligenz (KI) spielt dabei eine Schlüsselrolle. Die Chancen, die KI am Arbeitsmarkt bereithält, sind vielfältig. Klug eingesetzt, bietet sie auch für unsere Branche die Chance, Effizienz, Produktivität und sogar Kreativität zu steigern. Gleichzeitig muss aber sichergestellt werden, dass auch die „natürliche Intelligenz“, also der Mensch als Arbeitskraft, wertgeschätzt und weiterentwickelt wird.

KI kann Kommunikationsaktivitäten auf das nächste Level heben. Die Möglichkeit zur Automatisierung, Personalisierung, Echtzeit-Analyse und Prognose von Trends macht KI in der Branche künftig unschlagbar. KI ist perspektivisch gesehen nicht nur eine Möglichkeit, sondern

vielmehr eine essenzielle Anforderung, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben.

Keine ethische Instanz

Bei der Verwendung von KI sollte man immer im Hinterkopf haben, dass diese kein lückenloses Recherchetool, sondern eine textgenerierende Anwendung ist. ChatGPT kann bis dato nur auf Daten bis April 2023 zugreifen und bezieht daher aktuelle Geschehnisse oftmals *nicht* ein. Die Nutzung von KI als Inspirationsquelle oder Wegweiser ist dennoch sinnvoll, sofern die Kontrolle durch den Menschenverstand erfolgt.

Einer der größten Vorteile für die Kommunikationsbranche liegt aus meiner Sicht in der Fähigkeit, individualisierte Botschaften zu erstellen. In Echtzeit können KI-Tools das Nutzverhalten von Usern analysieren und in Folge maßgeschneiderte, wie auch SEO-optimierte Inhal-

te erstellen, die auf individuelle Bedürfnisse und Präferenzen zugeschnitten sind. Das sorgt dafür, dass User nur Inhalte sehen, die für sie *relevant* sind. So erzielen wir eine präzisere Zielgruppenansprache, stärkeres User-Involvement und eine höhere Conversion-Rate. Das spart Geld und erhöht die Chance auf tatsächlichen Kommunikations-erfolg. Die Zeitersparnis nutzen wir für anspruchsvollere, strategische Tätigkeiten.

Neben all diesen positiven Eigenschaften, die KI für die Arbeit in der Kommunikationsbranche mit sich bringt, sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass sie keine ethische Instanz ist. KI wertet nicht, sie fasst zusammen (ChatGPT gendert z.B. nicht einmal). Daher liegen Themen, wie Diskriminierung und moralische Korrektheit letztlich in der Eigenverantwortung der Personen, die sich der KI bedienen.