Meltwater

Leitfaden für KI in der PR & Kommunikation



meltwater.com

Einleitung

Seit der Einführung von ChatGPT im Jahr 2022 scheint Künstliche Intelligenz (KI) das dominierende Thema in der PR- und Marketingbranche zu sein. Wir hören von allen Seiten, wie sie nicht nur unsere Branche, sondern die gesamte Wirtschaft revolutionieren wird. Angesichts der Informationsflut ist es allerdings nicht immer einfach, mit den neuesten Entwicklungen Schritt zu halten und den Hype von der Realität zu trennen.

In diesem Leitfaden halten wir die Dinge einfach. Auf den folgenden Seiten erläutern wir die praktischen Aspekte von KI in der Öffentlichkeitsarbeit. Kein Hype, keine komplizierten technischen Details, sondern klare Erläuterungen dazu, wie die derzeit verfügbaren Tools und Technologien in der täglichen Arbeit von PR-Verantwortlichen aus allen Bereichen sinnvoll eingesetzt werden können.

Als PR-Manager mit begrenzten Ressourcen erfahren Sie, wie Sie mit Hilfe von KI über sich hinauswachsen und bessere Ergebnisse erzielen können. Wenn Sie MitarbeiterIn oder LeiterIn eines PR-Teams sind, lernen Sie in diesem Leitfaden, wie Sie durch den Einsatz von KI Ihre Arbeit optimieren und Ihrem Team zu mehr Effizienz verhelfen können.



Meltwater

Inhaltsverzeichnis

02 Einleitung

04 Was kann die KI?

04 Datenanalyse

04 Content-Erstellung

05 Automatisierung von Routineaufgaben

06 Media Relations & KI

06 Aufbau von Medienlisten

07 Erstellung von zielgerichteten Pitches

08 Planung von PR-Kampagnen mit KI

09 Kreatives Brainstorming mit KI

11 PR Reporting mit KI

12 Reputationsmanagement & KI

12 Krisenkommunikations-Training

14 Krisenbeobachtung mit AI

15 Fehlinformationen & Falschinformationen

16 KI Tools für PR-Profis

18 Prompt Engineering für die PR

18 KI Glossar

21 Der Meltwater Unterschied

21 Meltwater hilft Ihnen, zu verstehen:

21 Wer Ihr Publikum ist:

21 Was Ihr Publikum sagt:

21 Wo sich Ihr Publikum aufhält:

21 Wer Ihr Publikum beeinflusst:

22 Kontaktieren Sie uns

Meltwater

Was kann die KI?

Bevor wir über die Einsatzmöglichkeiten von KI in der PR sprechen, müssen wir erst einmal verstehen, wo genau ihre Stärken liegen und wie sie uns unterstützen kann. Nur so lassen sich realistische Erwartungen an die Möglichkeiten stellen, die sie uns bietet. KI ist heute so allgegenwärtig, weil sich ihre Fähigkeiten in den letzten Jahren erheblich verbessert haben und sie in der Lage ist, zahlreiche nützliche Dinge zu tun.

Datenanalyse

KI hat die großartige Fähigkeit, riesige Datenmengen in kürzester Zeit zu verarbeiten und Muster, Zusammenhänge und Trends aufzudecken – selbst solche, die einem menschlichen Analysten entgehen würden.

Das hört sich vielleicht nicht besonders spannend an, bietet aber viele praktische Anwendungsmöglichkeiten für die PR. Angenommen, eine Marke hat eine große Anzahl von Presseberichterstattungen und Social Media Erwähnungen generiert und Sie müssen die Inhalte dieser Beiträge analysieren, das Sentiment ermitteln und herausfinden, wie viele Menschen erreicht wurden und wer die einflussreichsten Stimmen sind.

Diese Aufgabe manuell durchzuführen, kann viel Zeit in Anspruch nehmen, selbst wenn mehrere Personen daran arbeiten. Die KI hingegen kann dies in Sekundenschnelle für Sie erledigen.

Content-Erstellung

Mit generativer KI können heute die meisten Arten von Inhalten erstellt werden, darunter geschriebene Texte (z. B. Social Media Posts, E-Mail-Pitches, Pressemitteilungen, Blog Posts), statische Bilder, Videos und Audiodateien (einschließlich Musik und realistisch klingender Sprache).

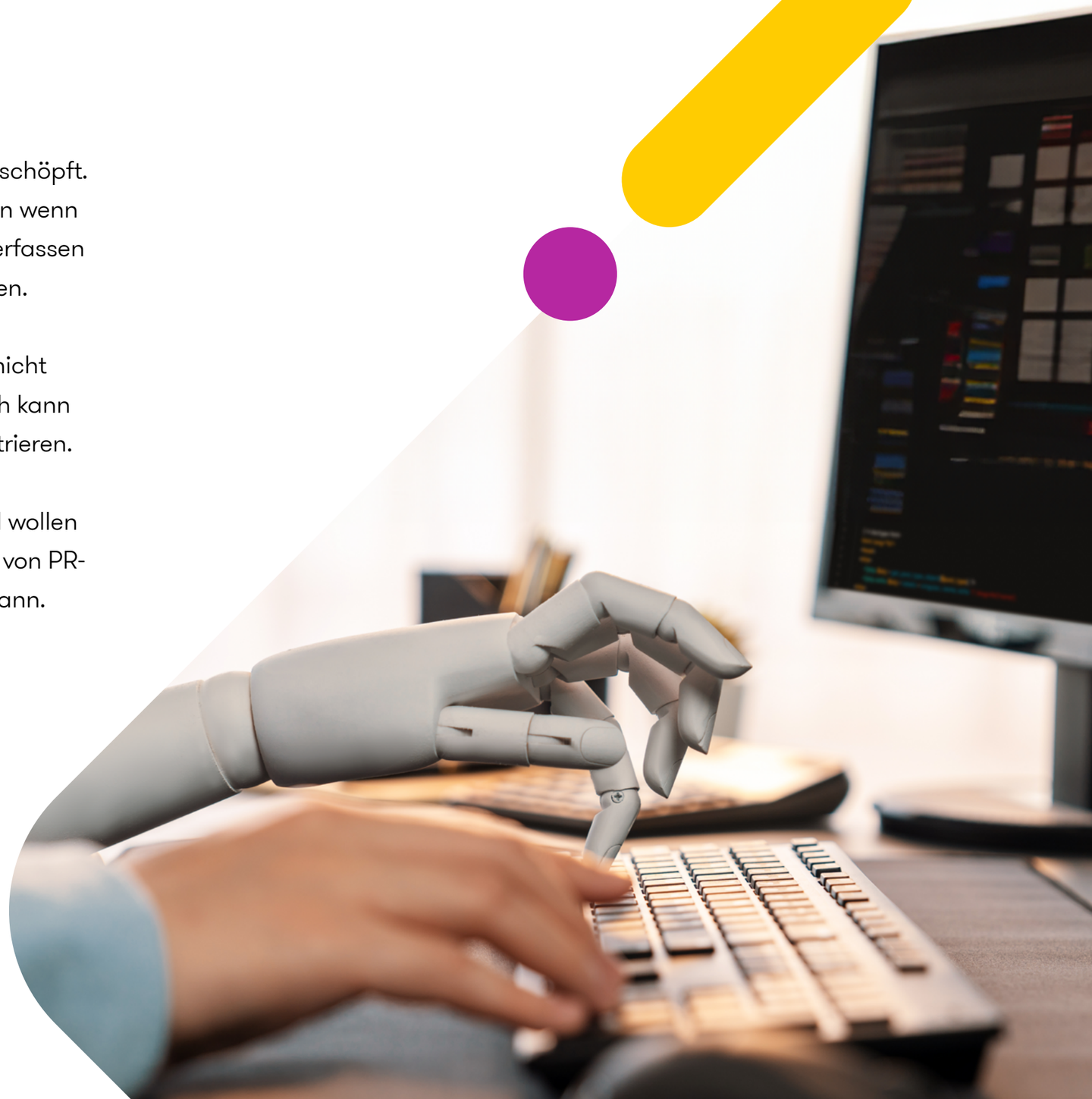
Je nach den verwendeten Tools und den spezifischen Anwendungsfällen sind die von der KI erzeugten Inhalte manchmal von so hoher Qualität, dass sie mit minimalem zusätzlichem Arbeitsaufwand direkt verwendet werden können. In den meisten Fällen ist die KI jedoch in der Lage, zumindest einen guten ersten Entwurf zu erstellen, der dann von einem Menschen überarbeitet und optimiert werden kann. So lässt sich die Content-Produktion schneller und einfacher skalieren.

Automatisierung von Routineaufgaben

Im Gegensatz zu uns Menschen ist die KI nie gelangweilt, müde oder erschöpft. Das macht sie zur perfekten Wahl für repetitive Aufgaben, die Menschen wenn immer möglich meiden, zum Beispiel das Erstellen von Berichten, das Verfassen von Sitzungsprotokollen oder das Zusammenfassen von Medienberichten.

KI erledigt diese Art von Arbeit viel schneller als Menschen und weil sie nicht müde wird oder abgelenkt ist, macht sie zudem weniger Fehler. Dadurch kann sich Ihr Team auf wertvolle kreative oder strategische Aufgaben konzentrieren.

Nach diesem Überblick über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der KI wollen wir uns nun genauer ansehen, wie diese Technologie zur Unterstützung von PR-Teams bei den verschiedenen Aspekten ihrer Arbeit eingesetzt werden kann.



Media Relations & KI

Der Aufbau und die Pflege von Beziehungen zu wichtigen Journalisten ist viel arbeitsintensiver, als viele denken. Sie müssen stets darüber informiert sein, welche Journalisten für welche Medienkanäle arbeiten, welche Themen sie abdecken, wie sie diese Themen in der Vergangenheit behandelt haben, wie sie Ihrer Marke gegenüber eingestellt sind und welche Arbeitsweise sie bevorzugen. Sie müssen zudem wissen, welche Interaktionen in der Vergangenheit zwischen Ihrem Unternehmen und den Journalisten stattgefunden haben, welche persönlichen Informationen Ihnen beim Beziehungsaufbau helfen und vieles mehr.

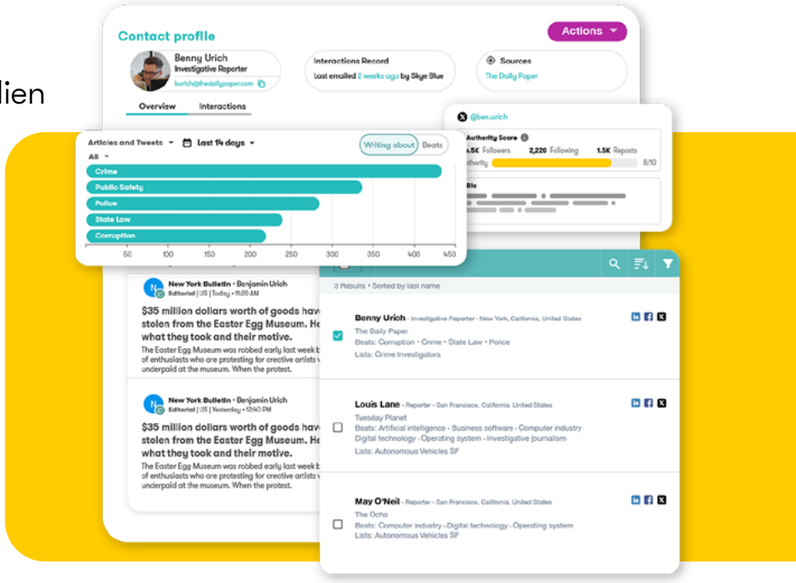
Aufgrund der menschlichen Komponente, die für den Aufbau dieser Beziehungen erforderlich ist, und der Tatsache, dass ein Großteil der Arbeit nicht automatisiert werden kann, war es in der Vergangenheit schwierig, diese Prozesse zu skalieren. KI kann jedoch dabei helfen, auch diese Herausforderung zu meistern – und zwar auf folgende Weise.

Aufbau von Medienlisten

Eine Grundvoraussetzung für die Medienarbeit ist die Möglichkeit, relevante Medienkontakte zu finden. Dazu benötigen Sie eine aktuelle Mediendatenbank mit detaillierten Informationen.

Selbst auf dieser grundlegendsten Ebene des Prozesses kann KI hilfreich sein, auch wenn dies für den Nutzer nicht sofort ersichtlich ist. So wird beispielsweise bei der Media Relations Lösung von Meltwater KI eingesetzt, um die Qualität der Medienkontakt-Datenbank kontinuierlich zu verbessern. Dadurch wird sichergestellt, dass bestehende Kontakte stets auf dem neuesten Stand sind, beispielsweise bei Stellenwechseln oder neuen E-Mail-Adressen, und dass ständig neue Journalisten hinzugefügt werden.

Das ist ein guter Anfang, doch die nächste Herausforderung stellt sich, wenn Sie in einer riesigen Datenbank die besten Journalisten für Ihre Kampagnen finden müssen. Hier gibt es zahlreiche Informationen zu berücksichtigen: Für welche Medien sie Beiträge verfassen, über welche Themen sie schreiben, in welchen Märkten sie tätig sind und wie sie in der Vergangenheit über Ihre Marke geschrieben haben. Diese Aufgabe kann zeitaufwendig und komplex sein.



Meltwater

Auch hier kann KI helfen. Mit der **KI Journalistensuche in Media Relations** können Sie anhand einiger Informationen zu Ihrer Story die richtigen Kontakte finden. Dabei kann es sich um Ihre Kernbotschaften, eine Pressemitteilung oder einfach nur eine Erklärung Ihres Vorschlags handeln. Die KI kümmert sich dann um die knifflige Aufgabe, die passenden Journalisten für Ihre Kampagne zu finden, und erstellt automatisch eine Medienliste mit bis zu 200 relevanten Kontakten – und das innerhalb von Sekunden.

KI hilft uns also, die richtigen Journalisten viel schneller und präziser zu finden.

Erstellung von zielgerichteten Pitches

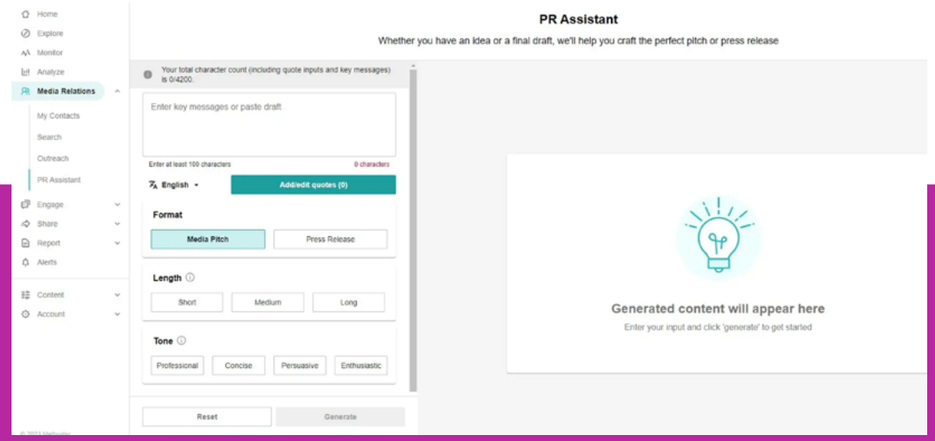
Das Verfassen von Pressemitteilungen und E-Mail-Pitches kann manchmal Kopfzerbrechen bereiten – selbst die besten Autoren leiden gelegentlich unter Schreibblockaden. Auch hier kann KI wertvolle Unterstützung leisten.

Mit einigen Details zur geplanten Story, dem gewünschten Tonfall und dem anvisierten Zielpublikum können Tools wie **ChatGPT** oder **Claude** im Handumdrehen einen ersten Entwurf erstellen, den Sie manuell oder durch Feedback an die KI verfeinern können.

Hier ein Beispiel eines Prompts für die Erstellung einer Pressemitteilung:

> *Das neueste Produkt meines Unternehmens ist ein neues, unterhaltsames Backset für Kinder mit sämtlichen Zutaten, Utensilien und Anleitungen für die Zubereitung ihres ersten Kuchens. Dabei wurde besonders auf die Sicherheit geachtet, damit die Kinder alle Schritte ohne die Hilfe ihrer Eltern durchführen können. Schreibe in der Rolle eines PR-Beraters eine Pressemitteilung, um Journalisten über dieses Produkt zu informieren. Zielgruppe sind Journalisten nationaler Zeitungen, die über Ernährung, Erziehung und Lifestyle schreiben. Konzentriere dich auf die Elemente Spaß, Lernen und Sicherheit.*

Wenn Sie einen Entwurf vorliegen haben, mit dem Sie zufrieden sind, können Sie die KI bitten, die Pressemitteilung für verschiedene Zielgruppen anzupassen und basierend auf der endgültigen Version E-Mail-Pitches zu verfassen.



Wer noch einen Schritt weiter gehen will, findet in Meltwaters Media Relations einen **KI PR-Assistenten**, der speziell für die Erstellung von Pressemitteilungen und E-Mail-Pitches entwickelt wurde. Dieser Assistent ist benutzerfreundlicher als herkömmliche KI Chatbots und bietet Ihnen eine Reihe von Optionen für die Länge und Tonalität der generierten Texte. Zudem bietet er die Möglichkeit, vorab verfasste Zitate der Pressesprecher Ihres Unternehmens nahtlos in die Texte einzufügen.

Planung von PR-Kampagnen mit KI

Die meisten erfahrenen Kommunikationsfachleute wissen, wie man eine PR-Kampagne plant. Dennoch gibt es immer wieder Situationen, in denen ein wenig Unterstützung willkommen ist. Vielleicht hat die Kampagne, an der Sie arbeiten, gewisse Besonderheiten, oder Sie sind neu in der Welt der PR und möchten sichergehen, dass Sie nichts vergessen. Manchmal muss es auch einfach schnell gehen und man möchte etwas Zeit sparen.

Unabhängig vom Grund können Sie ChatGPT bitten, Sie bei der Erstellung Ihres Kampagnenplans zu unterstützen. Geben Sie der KI einfach das Briefing, das Sie auch mit Ihrem Team teilen würden: Das genaue Ziel der Kampagne, die Zielgruppe und alle weiteren wichtigen Einzelheiten. ChatGPT erstellt dann einen Entwurf für einen PR-Plan, der auf Ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Zum Beispiel:

> *Bitte erstelle in der Rolle eines PR-Beraters einen PR Kampagnenplan für die Einführung eines neuen Produkts. Bei dem Produkt handelt es sich um ein aufblasbares Kajak mit einem kleinen solarbetriebenen Motor, der eingesetzt werden kann, wenn der Steuermann/die Steuerfrau zu müde zum Rudern wird. Gibt es weitere Informationen, die du für die Erstellung des Plans benötigst, bzw. die dir bei der Ausführung dieser Aufgabe helfen?*

Sobald der Entwurf des Kampagnenplans vorliegt, können Sie ihn mit Ihren eigenen Ideen ergänzen oder das Tool sogar bitten, bestimmte Abschnitte weiter auszuführen.

Ein einfacher, aber wirkungsvoller Trick bei der Verwendung von KI Tools ist das erneute Nachfragen nach der Beantwortung Ihrer Anfrage: „*Kannst du mir einige Verbesserungsvorschläge unterbreiten? Habe ich bei meinem Prompt ein wichtiges Detail vergessen?*“ Dies führt in der Regel dazu, dass die KI ihre Arbeit nochmals überarbeitet und ein besseres Ergebnis liefert.

Kreatives Brainstorming mit KI

KI Tools wie ChatGPT wurden mit einer riesigen Datenmenge trainiert, die schätzungsweise dem 2.000-fachen des gesamten englischsprachigen Inhalts von Wikipedia entspricht. Obwohl sie nicht mit der Intelligenz eines Menschen mithalten können, sind sie aufgrund ihres umfangreichen Wissens überaus wertvolle Brainstorming-Partner.

Es macht zwar Spaß, gemeinsam mit anderen Menschen kreative Ideen zu entwickeln, aber manchmal gelingt es einfach nicht, das Team für eine Brainstorming-Session zusammenzubringen, oder man gerät an einen toten Punkt und braucht Hilfe, um die Dinge aus einer anderen Perspektive zu betrachten.

Hierfür ist kein Geheimrezept erforderlich. Fragen Sie einfach ChatGPT nach einigen Ideen, wie in diesem Beispiel:

> *Ich bin PR-Experte und möchte den Technikjournalisten der überregionalen Medien eine Story über eine neue Datenschutz App präsentieren. Laien interessieren sich allerdings nicht sonderlich für das Thema Datenschutz. Bitte gib mir ein paar Ideen, wie ich diese Story für die breite Öffentlichkeit interessanter machen kann.*

Die Art der Ideen, die Sie sich vorschlagen lassen können, ist grenzenlos: Events, Stunts, Partnerschaften – ChatGPT hat für alles das passende Rezept.
Wenn Sie Hilfe bei der Visualisierung einer Idee benötigen, können Sie ChatGPT bitten, basierend auf Ihrer Beschreibung ein Bild zu erstellen (der Dall-E-Bildgenerator ist jetzt integriert). Es stehen aber auch zahlreiche andere Tools zur Verfügung, darunter Google ImageFX und Microsoft Image Generator.

Wir raten jedoch zur Vorsicht. Auch wenn das Tool in der Lage ist, alle erfassten Informationen zur Entwicklung eigener Ideen zu nutzen, besteht die Gefahr, dass die Vorschläge gelegentlich etwas zu sehr von den Trainingsdaten abgeleitet werden. Wenn die KI Ihnen also eine Idee liefert, die Sie in einer realen Kampagne verwenden möchten, sollten Sie zunächst recherchieren und sicherstellen, dass Sie nicht eine andere Marke kopieren.

Annett Bergk von EINFACHkommunikation bringt es auf den Punkt:

In der Praxis könnte dieser Prozess so aussehen:

Zunächst werden mithilfe von KI-Datenanalysen aktuelle Trends und Themen herausgearbeitet, die als Grundlage dienen. Anschließend folgt ein moderierter Brainstorming-Workshop, in dem das Team in einem offenen Austausch Ideen sammelt und mittels visueller Techniken, wie beispielsweise Mindmaps, strukturiert. Diese iterative Verbindung von datengetriebenen Erkenntnissen und kreativer Ideengenerierung führt zu einem reichen Pool an Ansatzpunkten, der als Fundament für erfolgreiche PR-Kampagnen dient.

Durch diese hybride Herangehensweise, die technologische Innovation und menschliche Kreativität vereint, schaffen es PR-Teams, schnell und flexibel auf sich wandelnde Marktbedingungen zu reagieren und dabei gleichzeitig originelle sowie zielgerichtete Kampagnen zu entwickeln.

> *Der Schlüssel zum Erfolg in der PR liegt darin, bewährte Prozesse mit innovativen Ansätzen zu verknüpfen. Durch den gezielten Einsatz von KI – etwa durch Tools wie ChatGPT und Google Trends – können wir nicht nur schnell relevante Impulse gewinnen, sondern diese auch mit klassischen Brainstorming-Methoden zu strategisch fundierten Kampagnen-Ideen weiterentwickeln.*



Annett Bergk
Geschäftsführerin EINFACHkommunikation

Annett Bergk ist Inhaberin der Agentur **EINFACHkommunikation** und berät Unternehmen in den Themen Strategische Kommunikation und Grafikdesign. Mehr als 10 Jahre Erfahrung sammelte sie zuvor auf Agentur- und Unternehmensseite; sie baute u. a. die Marketingabteilung des preisgekrönten Delikatessenkonzeptes „Mutterland“ auf. Zudem ist sie Dozentin im Fachbereich Informatik und Kommunikation an der Westfälischen Hochschule. Unter www.einfachkommunikation.de finden Interessierte Aktuelles rund um die Themen Grafikdesign, Programmierung und Strategieberatung.

PR Reporting mit KI

Die Erstellung von PR-Berichten ist eine großartige Gelegenheit, Ihre Erfolge den Stakeholdern im gesamten Unternehmen zu präsentieren. Gleichzeitig ist es aber auch eine Herausforderung, Ihre Arbeit und Ergebnisse in ein Format zu übersetzen, das für Menschen außerhalb der PR-Abteilung leicht verständlich ist.

Reporting ist wichtig, kann aber auch zeitaufwendig, monoton und frustrierend sein. Das klingt nach einem Problem, das wie für die KI geschaffen ist!



Mit unseren PR Reporting Tools in **Meltwater Media Intelligence** können Sie Berichtsvorlagen mit allen benötigten Informationen und KPIs erstellen und diese auf Autopilot so oft wie gewünscht mit frischen Daten generieren lassen.

Der clevere Aspekt: Mithilfe von KI können Insights generiert werden, die durch die Zusammenfassung von Medienberichterstattung, die Beschreibung des Sentiments und die Bereitstellung von Informationen über die Geschehnisse rund um Ihre Marke wertvolle Zusammenhänge aufzeigen. Dies funktioniert für alle Arten von Berichten, die ein PR-Team benötigt – von täglichen Zusammenfassungen der Medienberichterstattung bis hin zu monatlichen oder vierteljährlichen Performance-Updates und sogar Wettbewerbsanalysen. KI kann einen **Großteil der mühsamen Arbeit** übernehmen und Ihnen stundenlangen Aufwand ersparen.

Das Reporting ist ein entscheidender, aber oft ungeliebter Bestandteil der PR. Wenn Sie erfahren möchten, wie Sie den Zeit- und Arbeitsaufwand für das Reporting reduzieren und gleichzeitig den Impact von Berichten erhöhen können, empfehlen wir Ihnen unseren „**Modernisierung Ihres PR-Reportings**“ Guide.

Meltwater

Reputationsmanagement & KI

Media Relations und Promotionskampagnen gehören zweifellos zu den Spaßfaktoren der PR-Arbeit. Auf der ernsteren Seite des Jobs steht der Schutz der Unternehmensreputation. Für viele Unternehmen ist die Reputation ihrer Marke unglaublich wichtig und trägt in hohem Maße zum Unternehmenswert bei. Daher muss sie sorgfältig überwacht und gepflegt werden.

Obwohl die Bandbreite der Reputationsrisiken ständig zunimmt, gibt es auch gute Nachrichten: PR-Verantwortlichen stehen eine neue Generation von KI Tools zur Verfügung, mit denen sie diese Bedrohungen besser als je zuvor erkennen und darauf reagieren können. Werfen wir einen genaueren Blick darauf.

Krisenkommunikations-Training

Die meisten erfahrenen PR-Verantwortlichen haben sich im Laufe ihrer Karriere bereits mit der Vorbereitung auf Krisenkommunikation beschäftigt und wissen, wie wertvoll Rollenspiele für die Vorbereitung auf verschiedene Krisenkommunikationsszenarien sind. In der Regel wird ein externer Spezialist hinzugezogen, der die Szenarien ausarbeitet und sie mit Ihrem Team einige Stunden lang in Rollenspielen simuliert.

Es kann jedoch schwierig sein, das Budget für ein solches Training aufzubringen oder die Terminkalender aller Beteiligten aufeinander abzustimmen. ChatGPT kann mit einem einfachen Prompt ein Krisenkommunikationsszenario für Ihr Unternehmen erstellen und eine Rollenspiel-Session abhalten, bei der Sie das Szenario alleine oder im Team durchspielen.

Hier ist ein Beispiel für eine solche Aufforderung. Wir halten es in diesem Guide einfach, doch Sie können beliebig viele Details hinzufügen, damit die KI einen Fall erstellt, der genau auf Ihre Anforderungen zugeschnitten ist:

> *Ich bin PR-Manager bei einem Fahrradhersteller. Kannst du mir helfen, ein Krisenkommunikationsszenario für mein Unternehmen zu erstellen, bei dem es vorwiegend um die Themen Sicherheit und Kundenservice geht?.*

Wie Sie diesem Musterergebnis von ChatGPT entnehmen können, erstellt das Tool sofort ein Szenario und eine Struktur für das Rollenspiel und bittet den Nutzer um eine Antwort, bevor es mit dem nächsten Schritt des Prozesses fortfährt:

Absolutely! Let's start by outlining the crisis scenario. Here's an example:
Your company recently recalled a popular bicycle model due to reports of brake failure leading to minor injuries. The recall sparked customer complaints on social media about delayed responses and poor service. Sales are starting to dip as competitors capitalize on the negative press.

Use this scenario please.

Great, let's dive in! Here's how we can structure the role-play:
1. Crisis Onset: Customers begin posting complaints on social media.
2. Media Attention: Journalists pick up on the recall and delayed customer service.
3. Escalation: Competitors seize the opportunity, and stakeholders demand a response.

You'll act as the PR executive managing the crisis, and I'll simulate customers, journalists, and internal stakeholders. Let's begin with **Crisis Onset**.

Crisis Onset

A customer posts the following on Twitter:

> "Unbelievable! I bought the *FastRide Pro* to enjoy my weekend rides, and now I find out it's being recalled because of brake issues. I've been on hold with customer service for over an hour. What kind of service is this, @YourBikeBrand?"

What's your immediate response as the PR executive?

Grundsätzlich ist es ratsam, eine spezielle Schulung zur Krisenbereitschaft durchzuführen – idealerweise mit einem Experten, der die Risiken und Anforderungen Ihrer Organisation einschätzen kann. Aber auch der Einsatz von KI zur Stärkung Ihrer Fähigkeiten mittels regelmäßiger Rollenspiele kann eine gute Möglichkeit sein, den Ernstfall zu üben und Ihr Know-how auf dem neuesten Stand zu halten.

Sind Sie gut darauf vorbereitet, Ihre Marke im Krisenfall zu schützen? Werfen Sie einen Blick in unseren **Leitfaden zur Krisenkommunikation**, um sicherzustellen, dass Sie für alle Eventualitäten bereit sind.



Krisenbeobachtung mit AI

Ein wichtiger Bestandteil des Reputationsmanagements ist die Krisenbeobachtung. Dabei werden alle Arten von Medien genau überwacht, um potenzielle Probleme frühzeitig zu erkennen und eine Eskalation zu vermeiden. Ohne eine Lösung wie **Meltwater Media Intelligence**, die Online-Medien kontinuierlich auf Erwähnungen Ihrer Marke und verwandter Suchbegriffe beobachtet, ist dies nahezu unmöglich.

Doch welche Rolle spielt KI dabei? Zunächst einmal kann es schwierig sein, die Warnsignale einer Krise von dem üblichen Hintergrundrauschen zu unterscheiden, insbesondere wenn im Internet regelmäßig über Ihre Marke gesprochen wird. Hier kommt die KI Spike-Erkennung ins Spiel. Diese Technologie ist in der Lage, einen ungewöhnlichen Anstieg der Markenerwähnungen auf intelligente Weise zu erkennen und Sie so auf ein mögliches Problem aufmerksam zu machen.

Sobald ein Spike erkannt wurde, gilt es, den Ursachen auf den Grund zu gehen, um sofort reagieren zu können. Zu diesem Zweck setzt Meltwater die **KI Spike Analyse** ein. Diese wertet alle Daten aus und liefert Ihnen eine verständliche Erklärung für den Auslöser des Anstiegs. So müssen Sie sich nicht manuell durch die Daten arbeiten, um die Gründe der Entstehung zu ermitteln.



Dies spart nicht nur wertvolle Zeit, sondern verringert auch das Risiko von Fehlern. Unter Druck kann es leicht passieren, dass wichtige Informationen missverstanden oder übersehen werden. Wenn Sie also KI zur Erklärung der Spitzenwerte einsetzen, können Sie sicher sein, dass Sie die richtigen Antworten erhalten.

Fehlinformationen & Falschinformationen

KI hilft Fachleuten in zahlreichen Branchen, effektiver zu arbeiten. Gleichzeitig unterstützt sie aber auch die Verbreiter von Fehlinformationen bei der Erstellung immer überzeugenderer Fake News, häufig in Form von Bildern und Videos. Dies stellt PR-Fachleute, die für den Schutz der Markenreputation verantwortlich sind, vor völlig neue Herausforderungen.

Eine wissenschaftliche Studie von Forschern der Universität Zürich kam im Juni 2023 zu dem Ergebnis, dass eines der beliebtesten KI Tools nicht nur in der Lage ist, genaue und für Menschen leichter verständliche Informationen bereitzustellen, sondern auch auf einfachere Art und Weise **überzeugende Falschinformationen zu produzieren**. Mittlerweile ist die KI noch besser in der Lage, Deep-Fake-Bilder und überzeugende Falschinformationen zu produzieren, sodass die aktuelle Zahl wahrscheinlich wesentlich höher ist.

Falschinformationen können reale und schädigende Auswirkungen auf Unternehmen haben. Im Mai 2023 sorgte ein von KI generiertes virales Bild eines Angriffs auf das Pentagon **für einen Börseneinbruch**. Als ein gefälschter Tweet verkündete, der Pharmariese Eli Lilly würde **Insulin kostenlos abgeben**, fiel die Aktie des Unternehmens an einem einzigen Tag um mehr als 4 Prozent.

Die Identifizierung und Bekämpfung von Falschinformationen wie diesen stellt die PR vor ein immer komplexeres Problem. Glücklicherweise wurden jedoch neue KI Tools speziell für dieses Anliegen entwickelt.

Meltwater ist eine Partnerschaft mit zwei Spezialisten eingegangen, die Marken mithilfe von KI bei der Bekämpfung dieser Art von „narrativen Attacken“ unterstützen. Unsere **Partnerschaft mit NewsGuard** hilft Kunden bei der Bewertung der Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit von Nachrichtenquellen, die in unseren Suchergebnissen angezeigt werden. Das macht es einfacher, echten Journalismus von Fake News und Propaganda zu unterscheiden.

Blackbird.AI nutzt „narrative Intelligence”, um Deepfakes, Falschinformationen und Desinformations-Angriffe auf Marken zu identifizieren und zu verstehen. Einfach ausgedrückt: Es nutzt KI, um Online-Unterhaltungen in großem Umfang und mit hoher Geschwindigkeit zu analysieren, potenzielle Falschinformationen aufzudecken und Ihnen die Informationen zur Verfügung zu stellen, die Sie für ein rechtzeitiges Eingreifen benötigen.



KI Tools für PR-Profis

In den letzten Jahren haben wir ein exponentielles Wachstum von KI Tools erlebt, von universell einsetzbaren Chatbots bis hin zu Anwendungen für spezifische Aufgaben wie das Aufzeichnen von Gesprächsnotizen. Das macht es nicht immer einfach, die nützlichsten Lösungen zu finden. Im Folgenden haben wir einige der besten Tools für den Einsatz in der PR zusammengestellt.

Meltwater

Unsere **Lösungssuite** umfasst KI-gesteuerte Tools, die speziell für Media Relations, Media Intelligence, Social Media Listening und Social Media Management, Consumer Insights und weitere Anwendungsbereiche entwickelt wurden und von Tausenden von PR- und Marketingverantwortlichen genutzt werden. Die innovativen KI Funktionen der gesamten Suite optimieren Arbeitsabläufe und liefern wertvolle Insights, damit Sie Zeit sparen und bessere Ergebnisse erzielen.

LLM Chatbots

Ein Large Language Model (LLM) ist eine KI, die auf das Verständnis der menschlichen Sprache trainiert wurde. Sie kann Anweisungen verstehen und Antworten in einfachem Englisch generieren. Im Rahmen des Trainings werden LLMs zudem mit einem breiten Wissensschatz ausgestattet, sodass sie bei einer Vielzahl von Aufgaben nützlich sein können, z. B. bei Recherchen, Brainstorming und der Kampagnenplanung.

- **ChatGPT -** OpenAIs **ChatGPT** ist das bekannteste LLM und gilt weithin als Branchenführer. Eine der größten Stärken von ChatGPT ist sein Zugriff auf aktuelle Informationen aus dem Internet, wodurch es Ihnen aktuellere Antworten geben kann, anstatt auf die Informationen aus seinen Trainingsdaten angewiesen zu sein.

- **Claude - Anthropics Claude LLM** ist zwar nicht so bekannt wie ChatGPT, aber ähnlich leistungsstark – es lohnt sich also, mit beiden zu experimentieren. Claude ist oft besser im Verfassen von Texten. Weil es aber im Gegensatz zu ChatGPT nicht auf das Internet zugreifen kann und auf seine ursprünglichen Trainingsdaten beschränkt ist, können die Antworten manchmal etwas veraltet sein.

- **Gemini - Gemini ist das LLM Produkt von Google**. Es umfasst einen Chatbot, der ChatGPT ähnelt, sowie eine Reihe weiterer KI-Tools, die in die umfangreiche Produktpalette des Unternehmens integriert sind, darunter Android, Chrome und die Produktivitäts-Suite.

- **Llama -** Was wäre wenn... Sie in einer vertraulichen und/oder stark regulierten Branche arbeiten, die den Einsatz von cloudbasierten LLMs erschwert? Oder wenn Ihr Unternehmen ein LLM für einen bestimmten Zweck, den die vorhandenen Modelle nicht abdecken, anpassen möchte? In diesen Fällen können Sie **Metas Llama LLM** verwenden, das vom Unternehmen als Open Source zur Verfügung gestellt wird. Es kann von jeder Person kostenlos heruntergeladen, modifiziert und nach eigenem Ermessen verwendet werden. Wenn Sie über die technischen Ressourcen verfügen, können Sie LLama lokal auf Ihrer eigenen Hardware betreiben und es an jeden gewünschten Anwendungsfall anpassen.

Tools zur Bildgenerierung

Es gibt eine Reihe von Optionen, um mit KI Bilder zu erzeugen. Dall-E ist mittlerweile in ChatGPT integriert, doch wenn Sie eine eigenständige Alternative ausprobieren möchten, gehören **Google ImageFX**, **Microsoft Image Generator** und **Midjourney** zu den besten.

Tools zur Videogenerierung

Bei der Erstellung von Videos ist die KI noch nicht ganz so weit wie bei der Bildgenerierung. Die Technologie hat sich jedoch in letzter Zeit stark verbessert und es ist nur eine Frage der Zeit, bis bessere Lösungen zur Verfügung stehen.

OpenAI und **Meta** haben bereits beeindruckende Tools zur Videogenerierung vorgestellt, die jedoch noch nicht allgemein verfügbar sind. Die derzeit verfügbaren Tools zur Videogenerierung sind in ihrem Umfang eher begrenzt:

- **Synthesia** erstellt Videopräsentationen mit KI-generierten Avatars.
- **Canva** kann kurze Videoclips und Videos mit Talking-Heads für Social Media Content erstellen.
- **Runway** ist wohl das beste derzeit verfügbare Allzweck-Tool zur Videoerstellung. Weil es sich aber an professionelle Video-Editoren und Künstler richtet, ist eine gewisse Einarbeitungszeit erforderlich.

Aufzeichnung von Gesprächsnotizen

PR-Mitarbeiter verbringen viel Zeit in Telefonaten und Meetings – mit Kunden, Agenturen, Stakeholdern, Journalisten und anderen Partnern.
Die Aufzeichnung dieser Gespräche war in der Vergangenheit eine mühsame Aufgabe, doch **Otter.ai** bietet eine fantastische Möglichkeit, die Gespräche zu transkribieren. Otter.ai kann zudem die Notizen organisieren und zusammenfassen, damit Sie die wichtigsten Punkte des Gesprächs auf einen Blick sehen.

Prompt Engineering für die PR

Um mit KI Chatbots großartige Ergebnisse zu erzielen, muss man die Kunst der Formulierung gut funktionierender Prompts beherrschen. Genannt wird dies „Prompt-Engineering“, doch lassen Sie sich nicht beirren – dahinter steckt kein echtes Engineering, sondern vor allem gesunder Menschenverstand.

Tools wie ChatGPT sind in der Lage, selbst anhand einfachster Anweisungen herauszufinden, was Sie benötigen. Wenn Sie jedoch diese einfachen Tipps befolgen, können Sie Prompts formulieren, die zu optimalen Ergebnissen führen.

Präzision: Formulieren Sie Ihre Anweisungen so präzise wie möglich, um Raum für Fehlinterpretationen zu vermeiden. Wenn Ihre Eingabeaufforderung zu vage oder zu weit gefasst ist, kann es für die KI schwierig sein, den genauen Kontext zu verstehen. Sagen Sie ihr also genau, was Sie wollen.

Hintergrundinformationen: Neben der genauen Beschreibung Ihrer Anforderungen können Sie der KI auch Hintergrundinformationen bereitstellen. Wenn Sie z. B. eine Pressemitteilung über ein neues Produkt verfassen möchten, helfen Informationen über die Geschichte Ihres Unternehmens und frühere Produkte der KI zu verstehen, wie sich dieses Produkt von anderen unterscheidet oder was es für Ihre Marke bedeutet.

Geben Sie ihr eine Aufgabe: Manchmal kann es hilfreich sein, der KI eine bestimmte Rolle zuzuweisen. Im Fall von PR wird empfohlen, die Anfragen mit „Erstelle als PR-Experte....“ zu beginnen. Auf diese Weise kann die KI ihre Expertise in diesem Bereich besser einsetzen. Dieser Ansatz kann auch nützlich sein, um verschiedene Perspektiven zu erhalten, z. B. indem Fragen wie „*Welche Fragen würdest du als Finanzjournalist zu dieser Pressemitteilung stellen?*” gestellt werden.

Achten Sie auf den Tonfall: Der Großteil der KI ist in der Lage, beim Verfassen von Texten verschiedene Stile und Tonfälle zu verwenden. Standardmäßig wird ein relativ neutraler, in der Regel lockerer, umgangssprachlicher Stil gewählt. Wenn Sie aber möchten, dass Ihr Text geschäftsmäßiger, anregender oder technischer klingt, müssen Sie dies in Ihrem Prompt spezifizieren. Sie können die KI auch bitten, bestehenden Content in einem anderen Tone of Voice neu zu formulieren.

Bitten Sie um Hilfe: Es gibt einen einfachen Trick, um Ihre Prompts zu optimieren: Bitten Sie die KI darum! „*Bitte analysiere den folgenden Prompt und mache Vorschläge, wie ich ihn verbessern kann, damit du die beste Antwort geben kannst.*“ Diese Methode kann auch zur Optimierung von Inhalten verwendet werden, die von der KI für Sie erstellt wurden. Hat die KI auf Ihre ursprüngliche Anfrage geantwortet, fragen Sie nochmals nach: „*Kannst du mir Verbesserungsvorschläge machen?*“ Daraufhin erhalten Sie wahrscheinlich einige Empfehlungen, an die Sie noch gar nicht gedacht haben.

In 4 Schritten zum personalisierten GPT - Praxis-Tipps von getpress

Wer regelmäßig Pitches für sein Unternehmen ausarbeitet, weiß, wie zeitintensiv dieser Prozess sein kann. Mit Plattformen wie ChatGPT können Sie sich in wenigen Minuten ein GPT-Modell bauen, das auf einen bestimmten Anwendungsfall (z.B. Pitches) trainiert ist und damit viel Zeit sparen.
Und so geht's:

In 4 Schritten zum personalisierten GPT

#1 Erstellen Sie Ihren GPT

- Sie benötigen einen bezahlten Account bei OpenAI, entweder ein ChatGPT Plus oder ein Enterprise-Konto.
- Navigieren Sie in der ChatGPT-Oberfläche zu „Explore GPTs" und klicken Sie auf „+ Create".
- Tipp: Nutzen Sie "Erstellen" für eine geführte Einrichtung und "Konfigurieren" für die Feinarbeit.

#2 Definieren Sie Ihre Ziele

- Legen Sie mit dem ersten, ausführlichen Prompt das Ziel für den GPT fest (z.B. „Der Pitch GPT wird von [Ihr Unternehmen] genutzt. Ziel ist es, maßgeschneiderte Pitches zu erstellen, die gezielt auf Journalist*innen und deren Interessen abgestimmt sind…")
- Geben Sie Ihrem GPT auch konkrete Anweisungen zur Zielgruppe (z.B. "Fachzeitschriften in [Branche]") und zur Tonalität (z.B. "professionell, aber zugänglich").

#3 Fütteren Sie Ihren GPT mit Best Practices

- Laden Sie unter "Konfigurieren" relevante Dokumente hoch, nach denen sich der GPT richten soll (z.B. frühere Pitches oder Tone-of-Voice-Guidelines) und beschreiben Sie, inwiefern der GPT diese nutzen soll (z.B. "Richte dich immer nach den Guidelines").
- Fügen Sie spezifisches Wissen hinzu, um den GPT auf Ihre Bedürfnisse zuzuschneiden (z.B. „Vermeide Marketing-Floskeln wie 'innovativ'.")
- Achtung Datenschutz: Stellen Sie sicher, dass Sie die Daten per KI verarbeiten dürfen.

#4 Erstellen Sie Ihren Pitch und optimieren Sie ihn

- Ihr GPT ist fertig zum Einsatz! Da er bereits alle wichtigen Infos zu Ihrem Unternehmen und der Zielsetzung hat, müssen Sie ihm nur noch Medium, Journalist*in und Story-Ideen liefern (z.B. „Schreibe einen Pitch für [Journalist*in] von [Medium], die/der sich für [Thema] interessiert. Der Aufhänger für den Pitch: [Aufhänger]. Das ist aktuell besonders relevant, weil [Kontext]“).
- Sie haben gepitcht, aber bisher keine Reaktion erhalten? Kehren Sie zurück in den Chat mit Ihrem GPT und bitten Sie ihn um Optimierung (z.B. „Erstelle eine alternative Version mit Fokus auf Daten und Statistiken.“)

Der Output Ihres GPTs ist am Ende immer nur so gut wie Ihr Input. Investieren Sie also lieber ein bisschen mehr Zeit in Schritt #3 und optimieren Sie Ihren GPT regelmäßig, um effizienter gute Ergebnisse zu erhalten. Viel Spaß beim Testen!





Maximilian Ziche
CEO getpress

Über getpress:

getpress ist eine der führenden PR-Agenturen für innovative Wachstumsunternehmen im DACH-Raum. 2017 von Maximilian Ziche und Sebastian Manthey in Berlin gegründet, zählt das Unternehmen heute rund 50 Mitarbeitende. Das Besondere: Im Gegensatz zu klassischen Agenturen arbeitet getpress KPI-getrieben, transparent und entlang eines erprobten, journalistischen PR-Prozesses. Mehr als 400 Unternehmen konnte das Team schon erfolgreich in der Presse positionieren, darunter Branchengrößen wie Enpal, Komoot, Formel E oder Treatwell. Die Vision: Innovation in Europa vorantreiben, indem disruptive Ideen in starke Geschichten verwandelt werden – und so Unternehmen mit einer klaren Mission zu mehr Sichtbarkeit verhelfen.

Der Meltwater Unterschied

Die integrierte Lösungssuite von Meltwater macht es PR-Verantwortlichen aus allen Bereichen spielend leicht, die Leistungsfähigkeit von KI zur Optimierung ihrer Arbeitsabläufe zu nutzen und so intelligenter und effizienter zu arbeiten.

Meltwater hilft Ihnen, zu verstehen:

Wer Ihr Publikum ist:
Zu den grundlegendsten Informationen, die ein PR-Team benötigt, gehört die genaue Kenntnis der Zielgruppe. Hier darf man sich nicht auf Vermutungen verlassen. Die **Social Listening Lösung von Meltwater** hilft Ihnen, die für Ihre Marke relevanten Online-Unterhaltungen zu identifizieren und den Fokus auf die Personen zu lenken, die sich an diesen Diskussionen beteiligen, damit Sie sich ein genaueres Bild von ihnen machen können.

Was Ihr Publikum sagt:
Gleichermaßen wichtig ist es, zu wissen, was Ihre Zielgruppe sagt. Nicht nur über Ihre Marke selbst, sondern über alle relevanten Themen rund um Ihre Produkte und Dienstleistungen. Meltwater bietet Ihnen zum einen Social Media Daten in Echtzeit, damit Sie immer wissen, worüber Ihre Zielgruppe spricht, und zum anderen Analysetools, um all diesen Daten einen Sinn zu geben.

Wo sich Ihr Publikum aufhält:
Es gibt unzählige Orte, an denen sich Ihre Zielgruppe online aufhalten kann. Es ist daher nicht ratsam, Vermutungen darüber zu treffen, über welche Kanäle Sie sie am besten erreichen können. Ganz gleich, ob sie Twitter, Facebook, YouTube, Nischenblogs oder Diskussionsforen bevorzugen, Meltwater zeigt Ihnen genau, wo Ihre Zielgruppe am wahrscheinlichsten ihre Zeit online verbringt.

Wer Ihr Publikum beeinflusst:
Das letzte Puzzlestück der PR: Wer sind die einflussreichsten Stimmen, denen Ihr Publikum seine Aufmerksamkeit schenkt? Diese stehen im Mittelpunkt jeder PR-Aktivität. Während Meltwater Social Listening zur Identifizierung dieser Personen eingesetzt werden kann, verfügt Meltwaters Influencer Marketing Plattform **Klear** über die weltweit umfassendste Datenbank von Online Influencern, die bereits gefiltert und kategorisiert sind. Und nicht zuletzt lassen sich mit unserem **Media Relations** Tool mühelos die etablierten Medienjournalisten finden, die am besten zu Ihrer Zielgruppe passen.

Kontaktieren Sie uns

Das Herzstück unserer Suite sind Echtzeitdaten aus allen führenden Social Media Kanälen, Fernseh- und Radiosendern, 270.000 traditionellen Nachrichtenquellen (einschließlich Printmedien) und über 20.000 Podcasts.

Doch Daten allein sind nicht besonders aufschlussreich; erst wenn man daraus Erkenntnisse gewinnt, sind sie von wirklichem Nutzen. Meltwater unterstützt Sie dabei mit intuitiven Analysetools und integrierten KI Funktionen, die für Sie Trends und Muster in Daten erkennen können.

Unsere gesamte Lösungssuite ist vollständig integriert. Das bedeutet, dass alle Daten aus derselben Quelle stammen, unabhängig davon, ob Sie eine gezielte Medienliste erstellen, Kontakte zu Influencern aufbauen, die Performance von Kampagnen überwachen oder sonstige Aktivitäten durchführen. Dadurch können Sie die Kohärenz all Ihrer Aktivitäten sicherstellen.

Möchten Sie mehr darüber erfahren, wie die Lösungssuite von Meltwater Ihr Team unterstützen kann?

Demo vereinbaren



Meltwater