

13.05.2026 – 08:00 Uhr

KI-freie Zonen: Wo PR-Profis bewusst keine Künstliche Intelligenz einsetzen



Zürich (ots) -

Rechtliche Inhalte, vollständig KI-generierte Multimedia-Formate und sensible Themen: In diesen Bereichen verzichten Kommunikatorinnen und Kommunikatoren besonders häufig auf Künstliche Intelligenz. Denn obwohl KI in der professionellen Kommunikation längst angekommen ist, wird sie von PR-Profis in bestimmten Bereichen bewusst nicht eingesetzt - auch nicht unterstützend bei Entwürfen, Ideen oder in der Produktion. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle PR-Trendmonitor der dpa-Tochter news aktuell und P.E.R. Agency. An der Umfrage haben 302 PR-Fach- und Führungskräfte aus der Schweiz und aus Deutschland teilgenommen.

Stärkster Vorbehalt: rechtliche Risiken und sensible Themen

Bewusst gegen den Einsatz von KI entscheiden sich die meisten Befragten bei rechtlich relevanten Inhalten wie Ad-hoc-Meldungen oder Informationen zu Compliance-Themen: 43 Prozent verzichten hier auf Künstliche Intelligenz. 38 Prozent schliessen KI zudem bei der internen Kommunikation zu sensiblen oder strategischen Themen aus. Auch für heikle Themen wie Krisenstatements und Krisenkommunikation im Allgemeinen nutzt derzeit mehr als ein Drittel (34 Prozent) keine KI.

Ebenfalls hohe Zurückhaltung: vollständig KI-generierte Multimedia-Formate

Deutliche Vorbehalte zeigen sich auch gegenüber vollständig KI-generierten Videos und Audios. 38 Prozent setzen bei Videos bewusst auf von Menschen erzeugte Inhalte, bei Audioinhalten wie etwa Podcasts sind es 37 Prozent. Bei Bildern ist die Zurückhaltung gegenüber KI geringer: Nur ein knappes Drittel (31 Prozent) gibt an, bewusst keine KI zur Erstellung von Bildern zu nutzen.

Weniger Vorbehalte: Medienarbeit, öffentliche Positionierung und Kommunikationsstrategie

Bei der direkten Kommunikation mit Journalistinnen und Journalisten sind die Meinungen zwiespaltig. Zwar verzichten 35 Prozent der Befragten auf KI, wenn es um das Beantworten von Medienanfragen geht. Bei der aktiven Medienarbeit, etwa in Form von Themen-Pitches, lassen allerdings nur 25 Prozent KI komplett aussen vor.

Auch bei öffentlichen Statements zur gesellschaftlichen oder politischen Positionierung verzichten nur 28 Prozent auf KI-Unterstützung. Das Verfassen von Reden oder Zitaten im Rahmen der CEO-Kommunikation bleibt bei 26

Prozent vollständig in menschlicher Hand.

Ähnlich verhält es sich beim Verfassen strategischer Kommunikationskonzepte: Hier schliesst nur jeder Fünfte (21 Prozent) Künstliche Intelligenz aus.

Social-Media-Community-Management: geringster Vorbehalt

Am wenigsten verzichten PR-Profis auf KI beim Community-Management auf Social Media. Nur jeder sechste Befragte (16 Prozent) gibt an, bei Moderation und Dialog in den sozialen Netzwerken keine Künstliche Intelligenz einzusetzen.

Für 17 Prozent der Befragten gibt es hingegen keine KI-freien Zonen: Sie können sich den Einsatz von Künstlicher Intelligenz grundsätzlich in allen Kommunikationsbereichen vorstellen.

Alle Ergebnisse auf einen Blick:

Bei welchen Kommunikationsaufgaben setzen Sie aktuell bewusst KEINE KI ein? (auch nicht unterstützend für Entwürfe, Ideen oder Produktion)

- Rechtlich relevante Inhalte (z.B. Ad-hoc-Mitteilungen, Compliance-Infos) 43 %
- Vollständig KI-generierte Videoerstellung 38 %
- Interne Kommunikation zu sensiblen oder strategischen Themen 38 %
- Vollständig KI-generierte Audioerstellung (z.B. Podcasts, Sprecherstimmen) 37 %
- Beantwortung von Medienanfragen 35 %
- Krisenstatements / Krisenkommunikation 34 %
- Vollständig KI-generierte Bilderstellung 31 %
- Politische / gesellschaftliche Positionierungen 28%
- CEO- und Top-Management-Kommunikation (inkl. Zitate, Reden) 26 %
- Aktive Medienarbeit (z.B. Medien-Pitches, Themenplatzierung) 25 %
- Strategische Kommunikationskonzepte 21 %
- Social-Media-Community-Management (Dialog, Moderation) 16 %
- Andere 3 %
- Keine der genannten (KI-Einsatz ist für mich überall denkbar) 17 %

Basis: Alle Befragten, N = 302, Mehrfachantworten möglich

Quelle: PR-Trendmonitor von news aktuell und P.E.R. Agency. Online-Befragung im Februar 2026 unter 302 Kommunikationsprofis aus Unternehmen, Organisationen und Agenturen in der Schweiz und in Deutschland.

Eine Einordnung der Ergebnisse gibt es auf dem news aktuell Blog: <https://ots.ch/rOsMNR>

Über den PR-Trendmonitor

Der PR-Trendmonitor ist eine Online-Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und der Kommunikationsagentur P.E.R. Agency. Befragt werden regelmässig Kommunikationsprofis aus Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen in der Schweiz und in Deutschland. Die Umfrageergebnisse geben fundierte Einblicke in Trends, Herausforderungen und Entwicklungen, die sich in der Kommunikationsbranche abzeichnen. Der PR-Trendmonitor liefert PR-Fach- und Führungskräften wertvolle Insights für ihre Arbeit. Die Studien erscheinen seit über 20 Jahren und haben sich als wichtiger Indikator für die PR-Branche etabliert.

Über news aktuell (Schweiz) AG

news aktuell (Schweiz) AG wurde im Jahr 2000 von der nationalen Nachrichtenagentur KEYSTONE-SDA als Joint-Venture mit der deutschen Presseagentur dpa gegründet und gehört mittlerweile vollständig zur dpa-Gruppe. news aktuell verschafft Unternehmen und Organisationen einen effektiven Zugang zu Medien und Öffentlichkeit. Die dpa-Tochter berät ihre Kunden persönlich auf Augenhöhe - und unterstützt sie dabei, ihr Pressematerial einfach und erfolgreich zu veröffentlichen. Über die smarten Tools ots und renteria gelangen PR-Inhalte an alle Medienformate wie klassische Printtitel, Online-Portale oder soziale Netzwerke. Das Verbreitungsnetzwerk ots stellt Reichweite und Relevanz für multimediale PR-Inhalte her. Die PR-Software renteria bietet Qualitätskontakte für die persönliche Ansprache von Medienschaffenden. Zusätzlich veröffentlicht news aktuell sämtliche PR-Inhalte seiner Kundschaft auf der Plattform www.presseportal.ch. Somit werden weltweit alle relevanten Zielgruppen erreicht, von Redaktionen, über digitale Influencerinnen und Influencer bis hin zu fachspezifischen Blogs. Ein internationales Netzwerk für die Veröffentlichung von Unternehmensnachrichten, sowie Native Ads in hochkarätigen Medien und Display Ads an hochfrequentierten Standorten runden das Angebot ab.

Pressekontakt:

news aktuell (Schweiz) AG
Janina von Jhering
Leiterin Kommunikation und Marketing
Telefon: +49 40/4113 - 32598
vonjhering@newsaktuell.de

Medieninhalte



Rechtliche Inhalte, vollständig KI-generierte Multimedia-Formate und sensible Themen: In diesen Bereichen verzichten Kommunikatorinnen und Kommunikatoren besonders häufig auf Künstliche Intelligenz. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle PR-Trendmonitor der dpa-Tochter news aktuell und P.E.R. Agency. An der Umfrage haben 302 PR-Fach- und Führungskräfte aus der Schweiz und aus Deutschland teilgenommen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000003/100940058> abgerufen werden.