

„Es braucht den Menschen an der Schnittstelle“

Das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) an der DHBW Ravensburg hatte am 27. April 2023 zu einer Tagung zum Thema „Innovationen in der Kommunikation: KI, VR & Co. für wirksamere Sprache in der Unternehmenspraxis“ geladen. Gerade in den Zeiten von ChatGPT ein hochaktuelles Thema. Es ging darum, wie digitale Tools den Unternehmensalltag revolutionieren, ob die Maschine den Menschen ersetzen kann sowie um die Chancen und Gefahren dieser Entwicklung.



Prof. Dr. Simon Ottler

Duale Hochschule Baden-Württemberg
Ravensburg
ottler@dhw-ravensburg.de



Franziska Baar, M. A.

Duale Hochschule Baden-Württemberg
Ravensburg
baar@dhw-ravensburg.de



Andreas Förster vom CommunicationLab, Prof. Dr. Herbert Dreher, Rektor der DHBW Ravensburg, Franziska Baar, wissenschaftliche Mitarbeiterin am ZEK, Prof. Dr. Simon Ottler, Dekan der Fakultät Wirtschaft und Leiter des ZEK, Prof. Dott. Fabrizio Palmas von straightlabs, Saim Alkan, AX Semantics, Michael Reidel, Horizont, Prof. Dr. Peter Niermann, straightlabs v.l.n.r.

Als Redner geladen waren vier Experten, die digitale Tools entwickeln. Sie boten spannende Einblicke in die Möglichkeiten und gaben ihre Einschätzungen zu den Auswirkungen und zu der Rolle, die dem Menschen bei dieser Entwicklung zukommt und zukommen wird. Wieviel Mensch und wieviel Maschine dabei künftig noch vorkommen – darüber diskutierten Redner und Besucher.

Vier Experten aus verschiedenen Gebieten der digitalen Kommunikations-Tools

Mit seiner Keynote läutete Saim Alkan, CEO & Founder von AX Semantics, die Tagung ein. Sein Unternehmen entwickelt Software für die automatisierte Texterstellung wie etwa Zeitungsartikel oder Produktbeschreibungen. 70 Millionen Texte werden jeden Monat über das Tool erstellt. Meist sind das Produkttexte, die an unterschiedliche Sprachen und Kommunikationskanäle angepasst werden müssen. „Die Künstliche Intelligenz wird unser Tun vollständig verändern“, ist sich Saim Alkan sicher: „Was wir heute tun, werden wir in fünf Jahren nicht mehr tun.“ Sie ersetzt den Menschen beim Texten von „langweiligen“ Produktbeschreibungen und oft sogar in Sachen Kreativität. Ganz ohne den Menschen geht es seiner Ansicht nach aber nicht: „Was es künftig braucht, sind Betreuer, es braucht den Menschen an der Schnittstelle.“ Welchen Vorteil er in dieser Entwicklung sieht? „Wir können eine Kundennähe



© Elisabeth Ligendza

Fabrizio Palmas demonstriert den VR Speech-Trainer.

aufbauen, wie es ohne KI nicht möglich wäre.“ Der Mensch kann seiner Ansicht nach die Masse und die Zuverlässigkeit rund um Produktinformationen niemals leisten.

Andreas Förster ist Senior Consultant bei Communication-Lab, Institut für Textverständlichkeit. Das Communication-Lab ist Hervorbringer der Software TextLab, mithilfe derer Unternehmenstexte auf ihre Verständlichkeit geprüft und Vorschläge zur Verbesserung an die Hand gegeben werden. „Das allein reicht aber nicht, Firmen müssen eine Markensprache und damit ihre Identität definieren“, so Förster. Daher wurde in das Tool auch die Corporate Language eingebunden – also die typische Sprache des Unternehmens, die zunächst festgelegt und dann in TextLab eingepflegt werden kann. Immer mehr hält auch die KI Einzug ins CommunicationLab, die Software wird stetig weiterentwickelt.

Prof. Dott. Fabrizio Palmas, Creative & Technical Director bei straightlabs, stellte einen VR Speech Trainer vor. Die Grundidee: Viele Menschen haben Angst, in der Öffentlichkeit zu reden. Dabei kann der Speech Trainer Abhilfe schaffen, denn er ist ein Virtual-Reality-Programm, mit dem das freie Sprechen trainiert werden kann. KI und VR revolutionieren seiner Ansicht nach das Thema Lernen. Palmas äußert jedoch auch Bedenken: seine Sorge ist die fehlende digitale Kompetenz an den Schulen und in Deutschland allgemein.

Marc Schneider ist Vice President Strategic Business Development bei cognigy, einem im Gartner® Magic Quadrant™ 2023 als Leader für Enterprise Conversational AI Platforms ausgezeichneten Unternehmen. Cognigy bietet einen mithilfe von virtuellen Agenten automatisierten Customer Service an. Wichtig dabei: Die Anrufenden werden immer informiert, dass sie nicht mit einem Menschen, sondern mit einem virtuellen Agenten sprechen. Das ist insofern auch nötig, als dass die Stimmen täuschend echt klingen. Sie verbinden außerdem verschiedene Kommunikationskanäle miteinander und können, wenn nötig, an einen menschlichen Agenten weiterverbinden.



© Elisabeth Ligendza

Marc Schneider von cognigy über die virtuellen Agenten.

Wie viel Mensch braucht die Kommunikation in Zukunft?

Vier Produkte rund um KI und VR – vier Erfahrungen an der Schnittstelle Mensch und Maschine. Dass mit KI, VR und Co. die Arbeitswelt revolutioniert wird, darin sind sich alle vier Referenten einig. Über die Rolle des Menschen ging es im abschließenden Couchgespräch, moderiert von Michael Reidel, Leiter Redaktionelle Projekte bei Horizont, Deutscher Fachverlag. Reidel selbst hat übrigens keine Angst, durch die neue Technik seinen Job zu verlieren. Andreas Förster ist sich sicher: „Es kann nur Mensch und Maschine geben und nicht Maschine allein.“ Ganz anders sieht das Saim Alkan: „Der Mensch macht Fehler, Künstliche Intelligenz liefert da eine stabilere Leistung.“ Fabrizio Palmas appellierte, die Grenzen der neuen Technik zu begreifen und bewusst die Technologie als Mehrwert zu verstehen und zu definieren. „Wenn wir die Entwicklung als Dialog verstehen, werden wir tolle Ergebnisse haben.“ Er wies auch auf die Gefahren hin – ganz leicht können mit den fortschritten Tools auch Fake News verbreitet werden. Marc Schneider prognostiziert, dass mit ChatGPT „im November ein Meilenstein gesetzt wurde“. ChatGPT ist übrigens auch das Tool, mit dem die Referenten sich auf ihrem Heimweg gerne noch eingehend befassen möchten. Von Saim Alkan gab es für den Textgenerator noch ein großes Lob: Ein Sprachmodell mit Gefühl für Text und Grammatik und mit Ergebnissen von außergewöhnlicher Qualität.

Moderiert wurde die 7. Jahrestagung von Franziska Baar, wissenschaftliche Mitarbeiterin am ZEK. Wissenschaftlicher Leiter des Zentrums ist Prof. Dr. Simon Ottler, Dekan Fakultät Wirtschaft und Prorektor an der DHBW Ravensburg. Das ZEK bündelt, unterstützt und forciert die Forschungsaktivitäten der DHBW Ravensburg in diesem Bereich. Es bietet professionelle Unterstützung empirischer Projekte in Lehre und Forschung. Im Fokus der anwendungs- und transferorientierten Forschung stehen Menschen, Marken und Medien. Eine weitere Aufgabe ist die Bereitstellung eines umfangreichen, modernen Forschungsequipments. Über die Fachtagungen pflegt das ZEK regelmäßig den fachlichen Dialog.