

RESILIENZ STÄRKEN



Illustration: prmagazin/DALL·E. Dieses Bild wurde mit KI generiert.



Was wird die Kommunikationsbranche im Jahr 2025 besonders beeinflussen? Der Medienbeobachter pressrelations hat für das prmagazin zum fünften Mal **Top-Themen und Trends** untersucht. Ergebnis: Dauerbrenner wie **Desinformation** und **Datenschutz** erhalten im Kontext von **KI** neuen Auftrieb.

Künstliche Intelligenz dürfte 2025 das zentrale Thema für Kommunikatoren bleiben. Schon 2024 dominierte es die untersuchten Metathemen mit 64.306 Artikeln – vor Datenschutz (28.137), Nachhaltigkeit (23.781), Desinformation (11.181) und Mentale Gesundheit (4.206). Im Zusammenhang mit den Großthemen KI und Desinformation hat pressrelations aufkommende Subthemen identifiziert. Dafür wurde die 2024er Berichterstattung analysiert und mit Daten des Trendfrüherkennungs-Tools FirstSignals kombiniert. Ausgewertet wurden überregionale deutsche Tages-, Sonntags- und Wochenzeitungen sowie Magazine.

KI als Treiber und Verstärker von Desinformation

Eine detaillierte Analyse der Artikel rund um KI zeigt: Besonders die von FirstSignals identifizierten Narrative „KI in Verbindung mit Desinformation“ (587 Artikel) sowie „KI in Verbindung mit Deepfakes“ (337 Artikel) werden intensiv diskutiert.

Umgekehrt dominieren auch bei den Narrativen rund um Desinformation jene, die im direkten Zusammenhang mit KI stehen: „Deepfakes“ und „KI-generierte Fake News“ belegen hier die Plätze zwei und drei mit 1.100 beziehungsweise 260 Artikeln. Desinformation gewinnt also durch KI wieder an >

Unter dem Radar fliegt zurzeit noch das Buzzword Mikrotargeting. Es tauchte 2024 in lediglich 27 Artikeln auf, kann in diesem Jahr aber im Kontext der Wahlen wieder an Relevanz gewinnen.

Bedeutung und könnte 2025 zu einem der Hauptthemen für die Kommunikation werden.

Das bestätigt auch eine von pressrelations in Auftrag gegebene, repräsentative Civey-Umfrage unter Entscheidern aus Marketing und Kommunikation: 57,1 Prozent der Teilnehmer nannten die „Erstellung von Fake News durch KI“ als Desinformationsthema mit dem größten Einfluss für das Jahr 2025. Auf Platz zwei landet mit „Deepfakes“ (33,9 Prozent) ein weiteres Thema im Kontext von generativer KI.

Warum ist das so relevant? KI verändert die Art und Weise, wie Kommunikation erstellt, verbreitet und kontrolliert wird. KI-Technologien können Informationen so verfälschen, dass sie kaum von echten Fakten zu unterscheiden sind.

Zuletzt wurden vermehrt ganze Fake-Narrative erstellt und die Audios oder Videos über News-Seiten verbreitet, die vertrauenswürdige Nachrichtenquellen imitieren. Prominente Opfer wie Kamala Harris zeigen, wie real diese Gefahr ist.

Desinformationsresilienz als größte Herausforderung für Unternehmen

Daraus ergibt sich die Relevanz des Subthemas Desinformationsresilienz (1.300 Artikel). 2025 ist es essenziell, dass Organisationen Desinformationskampagnen erkennen und deren Auswirkungen minimieren – insbesondere nachdem auch Meta-CEO Mark Zuckerberg beschlossen hat, die unabhängige Faktenprüfung bei Facebook, Instagram

und Threads abzuschaffen. Damit schafft er einen weiteren gefährlichen digitalen Nährboden für Fake News.

Kommunikatoren müssen daher Strategien entwickeln, um ihre Botschaften und Zielgruppen gegen Desinformation zu schützen. Das gelingt zum Beispiel mittels Schulungen und Kampagnen zur Stärkung der Medienkompetenz oder durch die Zusammenarbeit mit Faktenprüfern. Zudem müssen Unternehmen Kommunikationsmaßnahmen vorbereiten für den Fall, dass sie selbst Ziel einer Desinformationskampagne werden.

Licht und Schatten liegen beim Thema Künstliche Intelligenz eng beieinander: KI-Anwendungen können nicht nur Falschinformationen erzeugen, sondern auch helfen, diese zu erkennen – zum Beispiel durch KI-gestützte Bildanalysen, die Deepfakes und manipulierte Medien identifizieren. Entscheidend ist, wie KI eingesetzt wird: ob verantwortungsbewusst und transparent – oder missbräuchlich, um gezielt Falschmeldungen zu generieren und zu verbreiten.

Ein weiteres Risiko im Jahr 2025 sind algorithmbedingte Filterblasen (78 Artikel). Die Algorithmen sozialer Netzwerke fördern einseitige Inhalte und schränken den Zugang zu anderen Perspektiven ein. Das führt zu Verzerrungen in der medialen Wahrnehmung. Zudem bilden sich Parallelgesellschaften durch die Aufspaltung in Kanäle wie X auf der einen und Kanäle wie BlueSky auf der anderen Seite.

Kommunikatoren müssen Wege finden, ihre Botschaften an die verschiedenen Plattformen an-

zupassen und die dortigen Zielgruppen auf die richtige Weise zu adressieren. 23,4 Prozent der befragten Entscheider aus Marketing und Kommunikation sehen dieses Thema als besonders einflussreich für 2025.

Unter dem Radar fliegt zurzeit noch das Buzzword Mikrotargeting. Es tauchte 2024 in lediglich 27 Artikeln auf, kann in diesem Jahr aber im Kontext der Wahlen wieder an Relevanz gewinnen. Es bezieht sich auf die präzise Ansprache individueller Wählergruppen mit maßgeschneiderten politischen Botschaften, die auf deren spezifische Interessen, Ängste und Verhaltensweisen zugeschnitten sind.

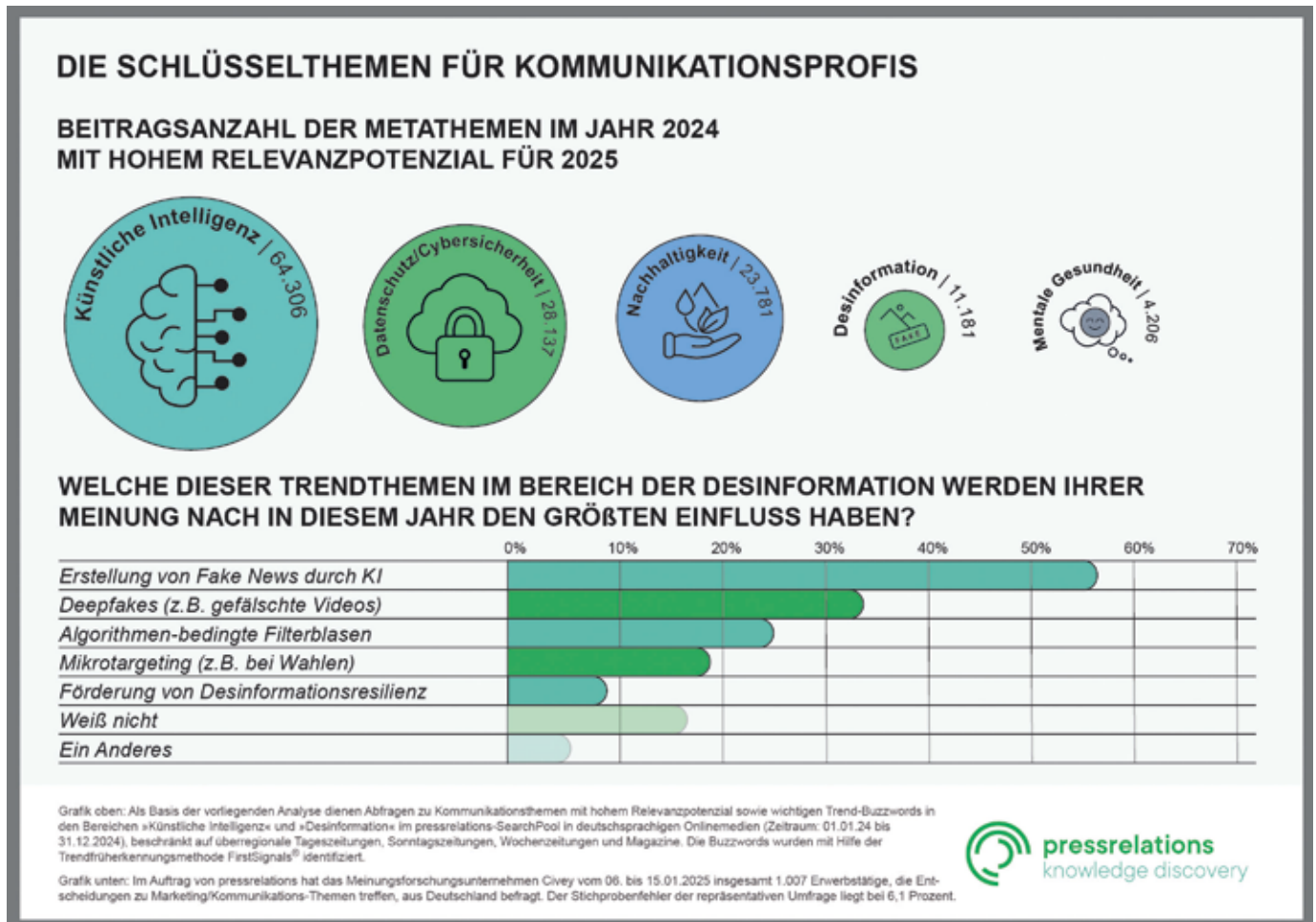
Der Cambridge-Analytica-Skandal und die Ergebnisse der TargetLeaks-Initiative haben gezeigt, dass riesige Datenmengen ohne Zustimmung der Nutzer gesammelt werden, um politische Botschaften im Wahlkampf präzise zu platzieren. Ein solches Vorgehen wirft ernste Fragen zu Datenschutz und der ethischen Nutzung moderner Technologien in der Kommunikation auf.

Verantwortung in einer vernetzten Welt

Wie wichtig ein verantwortungsvoller Umgang mit KI ist, zeigen auch die Artikelzahlen rund um die Subthemen „Ethische KI“ (412 Artikel) und „KI in Verbindung mit Desinformation“ durch Deepfakes und Co (587). Kommunikatoren müssen sicherstellen, dass KI-Anwendungen im Einklang mit den Unternehmenswerten und regulatorischen Anforderungen zu Datenschutz stehen.

Das bedeutet, dass sie einen Balanceakt zwischen Effektivität, ethischen Fragen und der Einhaltung von Richtlinien wie dem EU AI Act meistern müssen. Dieser beinhaltet klare Vorgaben für den sicheren und vertrauenswürdigen Einsatz von KI und klassifiziert KI-Systeme nach ihrem Risikopotenzial. Unternehmen müssen strenge Sicherheitsstandards einhalten.

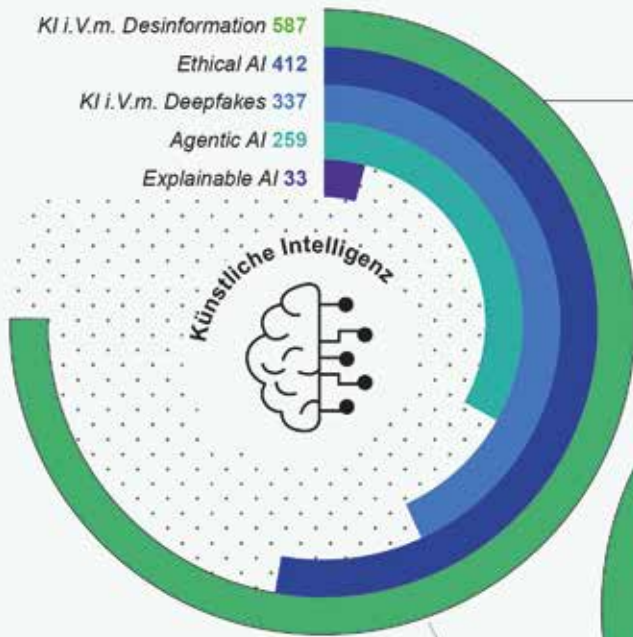
Gleichzeitig schafft das Erfüllen von Regularien Vertrauen bei der eigenen Zielgruppe, was sich >



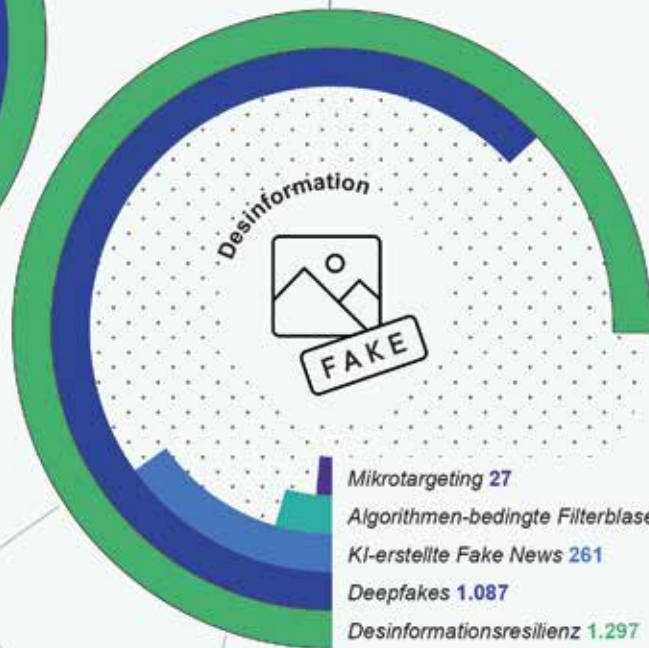
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND DESINFORMATION

TREND-BUZZWORDS IM DETAIL – ANALYSIERT MIT FIRSTSIGNALS®

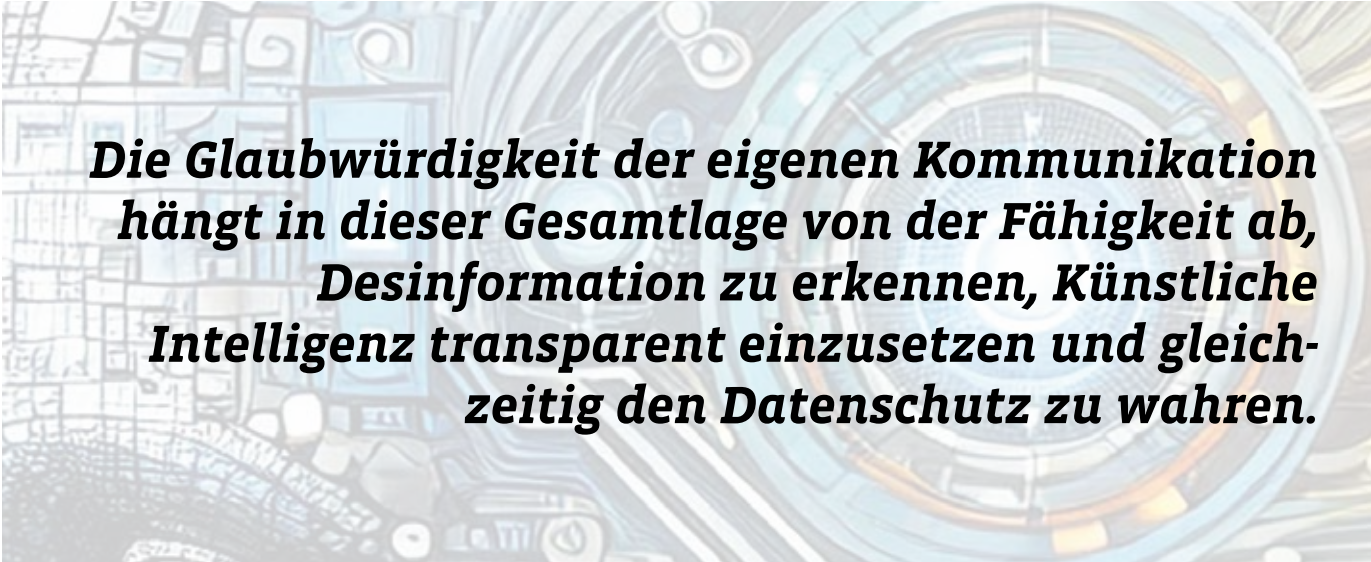
KI i.V.m. Desinformation 587
Ethical AI 412
KI i.V.m. Deepfakes 337
Agentic AI 259
Explainable AI 33



Trend-Buzzwords zu den Metathemen **Künstliche Intelligenz** und **Desinformation**



Als Basis der vorliegenden Analyse dienen Abfragen zu Kommunikationsthemen mit hohem Relevanzpotenzial sowie wichtigen Trend-Buzzwords in den Bereichen »Künstliche Intelligenz« und »Desinformation« im pressrelations-SearchPool in deutschsprachigen Onlinemedien (Zeitraum: 01.01.24 bis 31.12.2024), beschränkt auf überregionale Tageszeitungen, Sonntagszeitungen, Wochenzeitungen und Magazine. Die Buzzwords wurden mit Hilfe der Trendfrüherkennungsmethode FirstSignals® identifiziert. (KI-Illustrationen: PaputekWallArt / Adobe Stock)



Die Glaubwürdigkeit der eigenen Kommunikation hängt in dieser Gesamtlage von der Fähigkeit ab, Desinformation zu erkennen, Künstliche Intelligenz transparent einzusetzen und gleichzeitig den Datenschutz zu wahren.

Unternehmen und Akteure zunutze machen können. Ein Schlüssel in diesem Kontext wird Explainable AI (xAI) sein (33 Artikel). Das Instrument zielt darauf ab, Entscheidungen von KI nachvollziehbar zu machen: Zugrunde liegende Entscheidungsprozesse werden transparent dargestellt und für Nutzer verständlich erklärt.

Das wird umso wichtiger wegen der zunehmenden Autonomie von KIs: Die sogenannten Agentic AIs (oder KI-Agenten) beschreiben eine fortgeschrittene Form von KI, die Aufgaben eigenständig initiieren kann, um ihre Ziele zu erreichen (259 Artikel). Für Unternehmen ist es daher zentral, ein Gleichgewicht zu finden zwischen dem gewinnbringenden Einsatz von KI und dem Aufbau von Vertrauen bei Zielgruppen durch Transparenz und Datensicherheit.

Auch das Metathema Nachhaltigkeit steht im Zusammenhang mit Künstlicher Intelligenz – wenn auch weniger stark. KI-Modelle benötigen immense Rechenressourcen für Training und Betrieb und verursachen so hohe CO₂-Emissionen. Gleichzeitig können sie helfen, Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, indem sie zum Beispiel Klimadaten analysieren und die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten vereinfachen.

Künstliche Intelligenz und die Psyche

Als letztes Metathema wurde „Mentale Gesundheit“ und dessen Wechselwirkungen mit KI und Desin-

formation betrachtet. Die Flut an Fake News und KI-generierten Inhalten kann Digital Fatigue auslösen. Automatisierungsprozesse führen nicht selten zu Sinnkrisen, da sie menschliche Arbeiten ersetzen.

Kommunikationsprofis sollten sich dieser Übersättigung bewusst sein und mit ihren Inhalten gezielt gegensteuern. Dabei kann Künstliche Intelligenz wiederum auch helfen: Therapie-Apps, Chatbots und Monitoring-Systeme erleichtern den Zugang zu mentaler Gesundheitsversorgung oder bieten KI-gestützte Soforthilfe bei Stressbewältigung oder Depressionen.

Fazit: Ganzheitliche Strategien gefragt

Die Analyse zeigt: Wegen der vielfältigen Verbindungen zwischen den Themen müssen Kommunikationsprofis in diesem Jahr verstärkt auf ganzheitliche Strategien setzen. Die anhaltende Popularität von KI heizt Themen wie Desinformation und Datenschutz neu an.

Die Glaubwürdigkeit der eigenen Kommunikation hängt in dieser Gesamtlage von der Fähigkeit ab, Desinformation zu erkennen, Künstliche Intelligenz transparent einzusetzen und gleichzeitig den Datenschutz zu wahren. Verantwortungsbewusste Kommunikation – frei von Manipulation und Überlastung – stärkt das Wohlbefinden von Mitarbeitenden und Zielgruppen und minimiert Reputationsrisiken. ◀