



## Unternehmenskommunikation 4.0 im Zeichen von Bots und Bytes

Die Digitalisierung ändert die Spielregeln der Kommunikation. Betroffen sind sowohl die Mittel und Prozesse als auch die Inhalte und der Umgang mit den Anspruchsgruppen.

Text Walter Steiner

**L**ässt sich die Unternehmenskommunikation industrialisieren? Die Versuchung ist gross, die Frage schnöde mit Nein zu beantworten, denn Kommunikation impliziert den Austausch zwischen Menschen. Im Idealfall erfolgt dieser Austausch live, also bei einer physischen Begegnung. Sie aktiviert – bewusst oder unbewusst – die Sinne der teilnehmenden Personen. Zwischenmenschliche Beziehungen leben von Emotionen. Da gibt es nichts zu industrialisieren. Ein Tête-à-tête beim Sonnenuntergang im Strandrestaurant lässt sich nicht durch ein «Screen-to-screen over skype by functional food» ersetzen. 

Fakt ist allerdings, dass sich die Kommunikation längst digitalisiert und in der Folge auch industrialisiert hat. Online-Informationen und Social Media geben den Takt vor. 24-7-365 heisst der Code zum globalen Austausch, der höchstens durch Engpässe in der Datenübertragung oder zensurierende Obrigkeiten beschränkt wird. Jederzeit, sofort und überall – kein Problem. Die Geräte sind mobil. Seit 2014 gibt es auf der Erde mehr mobile Geräte als Menschen.

« Social Bots gaukeln Menschenprofile und Meinungsäusserungen durch menschliche Individuen vor, sind aber in Wirklichkeit von Algorithmen gesteuerte Programme. »

### Betrügen und betrogen lassen

Vor allem aber haben sich die Spielregeln geändert. Die klassische Einwegkommunikation Unternehmen → Kunde, die nur in Ausnahmefällen eine Rückkoppelung durch den Kunden auslöste (Reklamation, Servicebedarf, Kundenbefragung), ist Geschichte. Kunden und andere Interessengruppen haben dank Blogs und sozialen Medien eine Macht erhalten, die rasch zu einer Bedrohung für Unternehmen und das Management werden kann. Das Reputationsrisiko hat parallel zur Verbreitung der digitalen Kanäle zugenommen. Shitstorms – das Horrorszenario für Unternehmen – können die Börsenkapitalisierung innert Sekunden massiv reduzieren und Führungspositionen ins Wanken bringen.

Dabei hängt die Kraft bzw. das Zerstörungspotenzial eines Shitstorms nicht mehr zwangsläufig davon ab, dass sich möglichst viele Menschen daran beteiligen. Heute sind Roboter im Einsatz, die automatisiert Links anklicken, Likes und Follower generieren. Die sogenannten Social Bots gaukeln Menschenprofile und Meinungsäusserungen durch menschliche Individuen vor, sind aber in Wirklichkeit von Algorithmen gesteuerte Programme. «Das Gespenstische an den Robotern ist ja nicht nur, dass sie im virtuellen Raum unerkannt wie Menschen handeln. Das Gespenstische ist, dass hinter diesen Robotern Menschen stehen, die aus dem Verborgenen heraus grosse Macht ausüben können», sorgt sich die «Welt am Sonntag» vom 3. April 2016 in einem Beitrag unter dem Titel «Der Shitstorm vom Fließband».

Der bekannte deutsche Journalist Richard Gutjahr, der am HarbourClub Symposium 2016 über die rasche Verbreitung von Algorithmen in der Kommunikation sprach, zitierte eine Studie der Oxford University, wonach im US-Wahlkampf jeder vierte Tweet von einem Bot generiert wurde (s. Box Seite 5). Die «NZZ» griff das Thema in einem am 24. November 2016 veröffentlichten Beitrag unter dem Titel «Die dunkle Macht der Algorithmen» auf und konstatiert, dass sich vor allem Trump auf Algorithmen verliess: «Rund ein Drittel der Pro-Trump-Twitterer waren Bots.» Bots sind auf dem besten Weg zu einer weltweiten Seuche. Trost kommt aus dem Umfeld der Indiana University of Bloomington. Sie hat die Software BotOrNot entwickelt. Mit deren Hilfe kann erkannt werden, wenn ein Twitter-Account von Maschinen gefüttert wird.

Geradezu harmlos im Vergleich mit Bot-Manipulationen nimmt sich der sogenannte Roboterjournalismus aus. Es handelt sich nüchtern ausgedrückt um eine automatisierte Textgenerierung. Sie wird etwa von der NWZ Mediengruppe, Oldenburg,

praktiziert und ermöglicht auf effiziente Art eine topaktuelle, individualisierte Ansprache der Leser und Kunden. Was die Software aber nicht leistet, sind Interviews und Recherchen vor Ort, die Erkennung von Relevanz und Hintergründen oder die Entwicklung und Artikulierung eigener Meinungen.

### Paradigmenwechsel durch Industrie 4.0

Dass die Industrie 4.0 die Wirtschaft und die Gesellschaft radikal verändern wird, ist unbestritten. Über die konkreten Auswirkungen gehen die Erwartungen hingegen auseinander. Die Publizistin, Politikerin und Unternehmerin Anke Domscheit-Berg, die am HarbourClub Symposium 2016 über die zukünftige Digitalgesellschaft referierte, zeigte am Beispiel des selbstfahrenden Nahverkehrsmittels Olli der Firma Local Motors auf, dass durch eine flächendeckende Verbreitung dieses Fahrzeugs allein in Deutschland die Jobs von 800 000 Berufsschauffeuren hinfällig werden könnten. Ähnliche Entwicklungen sind in allen Branchen und Gesellschaftsbereichen zu erwarten.



Anke Domscheit-Berg präsentierte ihre Vision der digitalen Gesellschaft: «Wir haben es in der Hand, die Zukunft zu gestalten.» In den nächsten Jahren werde die Wertschöpfung der Wirtschaft explodieren und zugleich würden viele Arbeitsplätze vernichtet. Das bringe zum Beispiel die ethische Fragen mit sich, wie die Würde des Menschen vom Vorhandensein eines bezahlten Erwerbseinkommens entkoppelt werden kann.

Die Industrie 4.0 setzt voraus, dass Menschen zu einer radikal neuen Arbeitsteilung mit der Maschine bereit sind. Menschen sind in den Prozessen der Industrie 4.0 als Entwickler, Wissensträger, Auftraggeber, Kontrolleure oder Nutzniesser beteiligt. Sie sind nicht mehr Teil des klassischen Produktionsprozesses. In den cyberphysischen Systemen der Industrie 4.0, in denen Software und Hardware zusammengewachsen sind, kommunizieren die Maschinen miteinander. In der Industrie 4.0 erfolgt die Kommunikation in einem einzigen System, das unterschiedliche Bereiche erfasst – von der Forschung und Entwicklung über die Fertigung und die Fakturierung bis hin zum Kundendienst. Und dies selbstverständlich in Echtzeit. Ein Ereignis im Verkauf bzw. das Bedürfnis eines Kunden kann – ohne menschliches Zutun – unverzüglich eine Reaktion in der Fertigung auslösen. Erfolgt die Fertigung additiv, das heisst im 3-D-Druck, kann die digitalisierte Kommunikation der Industrie 4.0 dazu führen, dass ein dringend benötigtes Ersatzteil eines Flugzeugs schon hergestellt und an den Zielflughafen transportiert wird, während sich die Maschine noch in der Luft befindet. Oder dass ein im Körper implantierter Chip einen medizinischen Handlungsbedarf erkennt und automatisch die 3-D-Fertigung eines Ersatzorgans auslöst.

Die Verbreitung der 3-D-Druck-Technologie wird die Produktionsstrukturen und die Wertschöpfungsketten revolutionieren. Die riesigen, für sehr hohe Produktionskapazitäten angelegten Fabrikhallen werden durch viele kleine Microplants ersetzt. Wie viele der wegfallenden Arbeitsplätze durch Jobs der Industrie 4.0 ersetzt werden können, lässt sich heute kaum vorhersehen.

Die Industrie 4.0 stellt eingespielte Produktionsprozesse und Handlungsabläufe auf den Kopf, was an die Kommunikation gegenüber den verschiedenen Stakeholdern höchste Anforderungen stellt. Hierzu einige absehbare Entwicklungen:

- › Die Struktur der Arbeitsmärkte vieler Wirtschaftszweige wird sich ändern. Der Wandel wird viele heute noch übliche Arbeitsplätze obsolet machen. Dafür entstehen neue Ausbildungswege, Berufsbilder und Karrierechancen. Der Mitarbeitende 4.0 braucht andere Qualifikationen und Fähigkeiten.
- › Es entstehen Geschäftsmodelle, die sich an neuen, heute noch ungewohnten Wertschöpfungsketten orientieren. Maschinen, die selbst miteinander kommunizieren, können sich auch selbst warten, optimieren oder sogar reparieren.
- › Die Eintrittsbarrieren in den traditionell kapitalintensiven Branchen wie dem Maschinenbau sinken. Die Konvergenz von Software und Hardware sowie der 3-D-Druck machen es möglich, dass auch geringe Stückzahlen oder Einzelanfer-

tigungen kostengünstig hergestellt werden können. Dies ruft neue Akteure auf den Plan. Insbesondere Softwarefirmen entdecken den Reiz des Physischen.

- › Die Industrie 4.0 reduziert die körperliche Belastung der Mitarbeitenden, etwa durch assistierende Roboter. Dadurch bleiben die Menschen länger gesund und können die Pensionierung hinausschieben.

Die Eingangsfrage, ob sich die Kommunikation industrialisieren oder digitalisieren lasse, muss mit einem klaren Ja beantwortet werden. Optimal umgesetzt, führt die Digitalisierung dazu, dass die Menschen mehr Freiräume und mehr Lebensqualität gewinnen. Der Preis für die wohl unvermeidlichen Nebenwirkungen ist im Auge zu behalten, dürfte jedoch im Vergleich zu den Vorteilen gering ausfallen.

**« Die Industrie 4.0 stellt eingespielte Produktionsprozesse und Handlungsabläufe auf den Kopf, was an die Kommunikation höchste Anforderungen stellt. »**

#### Was können Bots?

- › Themen setzen und pushen
- › Vorhandene Trends/ Stimmungen verstärken
- › Vorgänge beschleunigen
- › Hypes simulieren
- › Gegner provozieren
- › Engagement triggern

#### Was können Bots nicht?

- › Vorhandene Meinungen ändern
- › Echte Konversation betreiben
- › Glaubwürdig interagieren
- › Improvisieren
- › «Verstehen», z. B. Humor

Quelle: Richard Gutjahr



#### Walter Steiner

hat 1998 Steiner Kommunikationsberatung gegründet. Die Agentur ist spezialisiert auf Unternehmens- und Finanzkommunikation und Mitglied der GIRAS, Gesellschaft der Investor-Relations-Agenturen der Schweiz. [www.steinercom.ch](http://www.steinercom.ch)