

Kurzkonzept zur Arbeitsgruppe

Zwischen KI, Social Media und Qualitätsanspruch: PT-Öffentlichkeitsarbeit im Wandel

23. Juni 2026, 11:15 Uhr – 12:45 Uhr

Moderation: DLR PT, PT-LF, DESY PT, PT KA, TRFI

Ziele der Arbeitsgruppe:

Die Arbeitsgruppe verfolgt das Ziel, die Öffentlichkeitsarbeit im PT-Geschäft zu beleuchten. Im Mittelpunkt steht dabei die Nutzung von KI-Technologien: Zum einen sollen Möglichkeiten und konkrete Anwendungsfälle (z. B. für datenbasierte Markt- und Trendanalysen, zielgruppengerechte Kommunikation oder automatisierte Content-Erstellung) diskutiert werden, zum anderen werden Herausforderungen und Risiken (z. B. Daten- und Informationssicherheit, Qualität und Verlässlichkeit der Inhalte, Akzeptanz bei Kunden und Mitarbeitenden) kritisch beleuchtet.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Frage, wie neue Medien (Social Media, Bewegtbild-Formate, Podcasts, Fachplattformen etc.) strategisch und sinnvoll eingesetzt werden können, um Sichtbarkeit, Reichweite und Reputation des PT-Geschäfts zu stärken. Dabei soll insbesondere identifiziert werden, welche Kanäle mit welchen Botschaften und Formaten bedient werden können und wie KI hier gezielt unterstützen kann (z. B. bei Monitoring, Zielgruppenanalyse, Kampagnensteuerung).

Übergreifend möchte die Arbeitsgruppe ein gemeinsames Verständnis dafür entwickeln, „wohin die Reise geht“ – also welche Trends und Entwicklungen im Bereich Kommunikation, KI und Mediennutzung für das PT-Geschäft relevant sind. Ziel ist es, ein gemeinsames Verständnis für zukünftige Entwicklungen zu schaffen und diese aktiv mitzugestalten.

Leitfragen:

- Was sind die aktuellen und zukünftigen Social Media Trends?
- Wie sieht der Weg zu guter, kompakter Berichterstattung aus?
- Wo ziehen wir unsere Grenzen?
- Nicht jede KI-Nutzung ist gleich. Welche Art macht wann Sinn?
- Brauchen wir jetzt alle PT-Influencer?
- Datenschutz und Informationssicherheit
- Ist es wirklich notwendig cross medial zu bespielen?

Durchführung der Arbeitsgruppe (90 Minuten):

1. **Begrüßung und kurze Einleitung** (5 Min)
2. **Impulsvortrag** (20 Min)
Thema: Die Projektträger als Influencer?
Was wir von Corporate Influencern lernen können.
3. **Fishbowl Diskussions Runde** (50 Min)
4. **Zusammenfassung und Verabschiedung** (15 Min)

Konzept und Arbeitsweise:

- Der Workshop startet mit einem Impulsvortrag zur Idee von Projektträgern als Influencern und wird die folgenden drei Aspekten beleuchten:
 1. Statistiken zu aktueller SoMe-Nutzungsverhalten allgemein und daraus resultierenden Ableitungen (Neue Plattformen, neue Formate, neue Algorithmen)
 2. Das Grundprinzip von Influencer Marketing bzw. Corporate Influencer Marketing
 3. Die Projektträger als Influencer für eine gemeinsame Botschaft
- Mini Moderations-Pitch mit Studien & Statistiken zur Unterfütterung
- Danach erfolgt eine Diskussionsrunde im Fishbowl Format. Durch gezielte Fragestellungen wird allen die Möglichkeit gegeben Erfahrungen und Meinungen mit einzubringen und in den Austausch zu gehen
- Während dieser Runde wird eine KI bereits die Aussagen bündeln und erste Ergebnisse zusammenfassen. Dies dient zudem der direkten Ergebnis Diskussion, aber auch der Wahrnehmung von KI auf diesem Gebiet, Möglicherweise auch dem direkten Vergleich zwischen KI und manueller Mitschrift

Kontakt:

Annika Büttgen | TRFI | Standort Köln | Telefon + 49 221 806 5022 | annika.buettgen@de.tuv.com