

KI – Deus ex machina?

Tagung zum Einsatz von KI in der Kirche

Die KI – Deus Ex Machina? So wird KI die Kirche verändern war das Thema der diesjährigen Studententagung *Kirche im Web*, die am 29. Februar und 1. März 2024 in der Katholischen Akademie in Bayern stattfand. Insgesamt 119 Medienverantwortliche aus der katholischen und evangelischen Kirche nahmen in Präsenz oder online an der Fachtagung teil, die von der Katholischen Akademie in Bayern in Kooperation mit verschiedenen Partnern vorbereitet und durchgeführt wurde. Künstliche Intelligenz (KI) wird auch in den kirchlichen Bereich Einzug erhalten

und so wurde diskutiert, wie KI genutzt werden kann und welche ethischen Implikationen dies hat. Nachfolgend lesen Sie das Kamingsgespräch, das Ariadne Klingbeil und Anina Veigel über KI in Gesellschaft, Kirche und Medien führten und dabei Chancen und Risiken thematisierten, sowie die Vorträge von Matthias Meitzler über KI im Umgang mit Tod, Trauer und Erinnerung und Prof. Dr. Holger Sievert zur Statistik von angewandter KI und Digitalisierung im ökumenischen Vergleich.

Über KI und ihre Auswirkungen auf Gesellschaft, Kirche und Medien

Zwei Medienschaaffende trafen sich zum Kamingsgespräch

Vor dem Hintergrund der Künstlichen Intelligenz als Herausforderung und Bereicherung – auch für die Kirchen – erfolgte ein Interview zum Thema der faszinierenden Welt der KI und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft, Kirche und Medienbranche mit Anina Veigel, Geschäftsführerin der Landesvertretungen Bayern & NRW im MVFP Medienverband der freien Presse e. V. Das Interview wurde moderiert von Ariadne Klingbeil, Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), Frankfurt a. M.

Ariadne Klingbeil: Beginnen wir direkt mit einem Thema, das die Welt im Jahr 2016 erschütterte – den Panama Papers. Könntest Du unseren Zuschauern erklären, wie die Panama Papers rund um Offshore-Finanztransaktionen in dieses Gespräch über KI passen?

Anina Veigel: Das ist eine großartige Ausgangsfrage. Die Panama Papers waren ein monumentales Ereignis, bei dem Millionen von Dokumenten durchgesickert sind und Details über Offshore-Konten und -Transaktionen von Politikern, Prominenten und Unternehmen auf der ganzen Welt ans Licht brachten. Nur dank Künstlicher Intelligenz konnten in kürzester Zeit 41 Millionen Dokumente unterschiedlicher Formate und Sprachen durchsucht und auf Deutschlandbezüge geprüft werden. Ohne KI hätte die Analyse der Daten womöglich Jahrzehnte gedauert. Dieses Ereignis war auch Katalysator für die Diskussion darüber, wie KI – in der Medienbranche, aber auch generell – eingesetzt werden kann,

um solche Enthüllungen zu erleichtern und zu vertiefen. Aber auch, welche Gefahren damit verbunden sind.

Ariadne Klingbeil: Stichwort Medien. Du arbeitest für den Medienverband der freien Presse. Was ist die Aufgabe des Verbands und auf welche Weise befasst Ihr Euch mit Künstlicher Intelligenz?

Anina Veigel: Der MVFP vertritt die Interessen von rund 350 Mitgliedsverlagen mit knapp 7.000 Zeitschriften- und Medienangeboten in Deutschland. Wir setzen uns für den Fortbestand der freien Presse, die Freiheit und



Die Tagungsreihe #KIW – Kirche im Web fand bereits zum fünfzehnten Mal statt. Die Katholische Akademie in Bayern veranstaltet die Tagung in Zusammenarbeit mit der Akademie Franz Hitze Haus in Münster.

Vielfalt der Meinungen und die Zukunft des marktwirtschaftlich finanzierten Journalismus ein – als Garant für die freiheitlich demokratische Grundordnung. Positionierung, Regulierung und Know-how-Transfer sind dabei die drei Kernbereiche, in denen wir aktiv sind.

Künstliche Intelligenz steht derzeit im Zentrum vieler unserer Aktivitäten. Verbandsintern bringen wir uns natürlich gegenseitig stark voran, jeder ist hier „alert“ und blickt auf das Thema KI mit der eigenen „Spezialistenbrille“. Zusammen mit unseren Mitgliedern organisieren wir uns beispielsweise in der AI Steering Group und dem AI Legal Committee und das gesamte Netzwerk im Verband erzeugt für uns alle Schwarmwissen über KI. Dieses gibt jedem Unternehmen die Entscheidungsgrundlage, in diesen Zeiten eine Position zu KI zu finden und positiv voranzugehen. Darüber hinaus bieten wir diverse Kurse und Seminare zu konkreten Anwendungsfeldern an der Akademie der Bayerischen Presse und an der MVFP Akademie an.

Ariadne Klingbeil: Bevor wir weiter in die Tiefe gehen, kannst Du uns zunächst erklären, wo wir heute in Bezug auf KI stehen?

Anina Veigel: Gerne. Künstliche Intelligenz bezieht sich ja auf die Fähigkeit von Maschinen oder Computern, menschenähnliche Denkprozesse zu imitieren und Aufgaben zu erledigen, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern würden. Mit dem sogenannten Turing-Test (nach Mathematiker Alan Turing, *KI-Manifest* 1950) stellt man fest, ob ein Computer ein Denkvermögen hat, das dem eines Menschen ebenbürtig ist – der Test entscheidet nicht absolut, es geht beim Test um die Wahrscheinlichkeit einer Enttarnung in einem bestimmten Zeitraum. Die derzeit kompetentesten Maschinen sind erstaunlich intelligent und

bestehen den Turing-Test. Es ist jedoch immer eine Frage, wer welche Fragen wie lange stellt, um eine Maschine zu enttarnen. Experten gelingt dies auch derzeit noch gut.

Ariadne Klingbeil: Wie gelingt denn eine solche Enttarnung?

Anina Veigel: Dazu habe ich kürzlich ein spannendes Interview mit Informatik-Professor Yoshua Bengio gelesen. Er beschrieb darin, dass Menschen zu Selbstzweifeln

fähig sind, sie können ihre Position in Frage stellen. Die KI wird wiederum immer wieder darauf bestehen, recht zu haben, auch wenn sie es nicht hat (Interview, Süddeutsche Zeitung, 28. Dezember 2023).

Ariadne Klingbeil: Damit sprichst Du das Thema „Halluzination“ an. Was bedeutet das, wie kann es vermieden werden und ist das die Achillesferse der KI?

Anina Veigel: Das ist ein interessanter Punkt. KI-Modelle können aufgrund ihrer komplexen Algorithmen und des Trainingsprozesses manchmal Informationen falsch

interpretieren oder unerwartete Verbindungen herstellen, die in der Realität nicht existieren. Diese Phänomene werden als „Halluzinationen“ bezeichnet. Es ist wichtig zu betonen, dass KI keine bewusste Intelligenz hat, sondern auf statistischen Mustern basiert. Mit jeder neuen Version von ChatGPT und Google Bard/ Gemini werden weitere Features eingesetzt, die das Halluzinieren vermindern sollen, vermeiden lässt es sich bisher nicht.

Ich habe die Thematik der Halluzination auch direkt mit ChatGPT diskutiert und ebenfalls die Aussage erhalten, dass Halluzinationen nur vermindert, aber nicht vermieden werden können – das ist jetzt ein spannendes Paradox. Was soll ich nun glauben? An dieser Stelle offenbart sich vielleicht auch am besten eine besondere Stärke und eine besondere Schwäche der aktuellen Anwendungen: Zur Erstellung von Sprache und Texten eignen sich die Systeme derzeit sehr gut, aber ob das Geschriebene wahr ist oder nicht, das muss weiterhin noch von einem Menschen geprüft werden.

Ariadne Klingbeil: OK. Dann fokussieren wir mal die Stärken. Welche Stärken haben die aktuellen KI-Anwendungen derzeit? Und wohin entwickeln sie sich noch?

Anina Veigel: Derzeit liegt die Stärke der KI im Erkennen von Korrelationen und Mustern und Erstellung von erwartbarem Output. Ein weiterer Meilenstein liegt dann im logischen Denken und der Fähigkeit, in komplett neuen Situationen Lösungen zu finden, die noch nicht gedacht wurden. Im Umkehrschluss heißt das aber auch: Der Mensch ist der Maschine derzeit noch voraus – und zwar in den Bereichen Kreation, im Erkennen von Zusammenhängen, in der Intuition und in ethischen Fragen.

Ariadne Klingbeil: Was ist, wenn die Künstliche Intelligenz den weiteren Meilenstein erreicht hat und kreativ denken kann? Wird sie ein eigenes Bewusstsein entwickeln?

Anina Veigel: Bei dieser Frage kann ich wieder auf Yoshua Bengio verweisen. Er sagt, es ist nur eine Frage der Zeit, bis es eine allgemeine künstliche Intelligenz gibt, die in vielen Bereich so intelligent ist wie der Mensch. Ob sie ein Bewusstsein haben wird oder nicht, ist aus seiner Sicht aber gar nicht so relevant wie die Frage, welche Rechte wir dieser einräumen. Wenn wir ihr das Recht auf Leben zugestehen und damit das Recht darauf, unsterblich zu sein (da sie sich dann selbst am Leben halten kann), wird sie mächtiger werden als der Mensch und unser Überleben wird dadurch bestimmt, ob wir der Allgemeinen Künstlichen Intelligenz nützlich sind oder nicht. Diese Kontrolle dürfen wir nicht abgeben und umso wichtiger ist hier die Regulierung und die internationale Zusammenarbeit über alle Grenzen hinweg. Der Philosoph Karl Jaspers beschrieb „Achsenzeiten“

Ich habe die Thematik der Halluzination auch direkt mit ChatGPT diskutiert und ebenfalls die Aussage erhalten, dass Halluzinationen nur vermindert, aber nicht vermieden werden können – das ist jetzt ein spannendes Paradox. Was soll ich nun glauben?

Wir setzen uns für den Fortbestand der freien Presse, die Freiheit der Meinungen und die Zukunft des marktwirtschaftlich finanzierten Journalismus ein – als Garant für die freiheitlich demokratische Grundordnung.



Foto: Christian Schaubel



Foto: Angelika Kariage, www.angelika-kariage.de

Ariadne Klingbeil, Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), (li.) und Anina Veigel, Geschäftsführerin der Landesvertretungen Bayern & NRW im MVFP Medienverband der freien Presse e. V. Rechts: Zwei Tage lang beschäftigten sich die Teilnehmenden der Tagung damit, wie KI-gestützte Tools im kirchlichen Bereich genutzt werden können und wie dadurch Kirche und Medien verändert werden.

als Wendepunkte für die Menschheit, in denen nichts mehr so sein wird, wie es vorher war. Durch die aktuelle Entwicklung der Künstlichen Intelligenz befinden wir uns derzeit in einer solchen Achsenzeit, was Konsequenzen für unser gesamtes Denken und Handeln hat. Und so hat unter anderem Tim Höttes, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom, bereits 2016 eine „Nato für das Internet“ gefordert. Ich finde eine solche Allianz alternativlos.

Ariadne Klingbeil: Und damit wird es politisch. Wie positioniert sich Dein Verband dazu? Wie positionieren sich hier die Medienhäuser dazu?

Anina Veigel: Der MVFP ist der erste Medienverband in Europa gewesen, der im Sommer 2023 eine KI-Erklärung veröffentlicht hat (auf der Website des MVFP/ Presseerklärung vom 22.6.23) – abgestimmt mit den Mitgliedsverlagen, was üblicherweise eine Mammutaufgabe ist. Hier herrschte jedoch ob der Tragweite schnelle Einigkeit. In der KI-Erklärung ist bewusst festgehalten, dass KI unser Leben fundamental verändern wird, und bezogen auf die Verlage, dass diese im Kern ihrer verlegerischen Wertschöpfung getroffen werden. Damit gehen spannende Perspektiven für die Verlage einher – im journalistischen und im unternehmerischen Sinne –, aber auch Herausforderungen ethischer und ökonomischer Art. In diesem Zusammenhang stellt der Verband drei medienpolitische Forderungen auf, die das Überleben des Pressesystems, wie wir es derzeit noch kennen, sichern sollen:

Verfügungsrecht: Wir müssen auch im KI-Zeitalter die Verfügungshoheit über die Verwertung unserer Inhalte be-

halten, damit daraus keine Konkurrenzprodukte gegen unseren Willen entstehen können.

Vergütung: Wenn generative KI unsere Inhalte verarbeitet, müssen wir hierfür angemessen vergütet werden – denn sollten KI-Anbieter unseren Journalismus ohne Lizenzen und ohne Transparenz für Trainingszwecke oder die Erstellung „eigener“ Inhalte nutzen, ist die Zukunft der freien Presse gefährdet.

Nachweisbarkeit: Die Nachweispflicht für die Verwendung von Inhalten aus unseren Medienangeboten darf nicht bei den Rechteinhabern verortet werden. Vielmehr muss die Beweislast auf die Anbieter von KI verlagert werden, die allein nachweisen können, welche Inhalte ihre Systeme verwendet haben und welche nicht.

Ariadne Klingbeil: Gerade wird in Brüssel der AI Act diskutiert. Ist dieser hilfreich und kannst Du uns etwas zum aktuellen Stand sagen? (*Anm. d. Red.: Der AI Act wurde in der Zwischenzeit von den EU-Mitgliedsstaaten verabschiedet.*)

Anina Veigel: Der AI Act tritt wahrscheinlich im Laufe dieses Jahres in Kraft – je nach Bereich finden die Regelungen dann binnen 6 bis 24 Monaten Anwendung, das heißt Unternehmen, die KI-Systeme anbieten oder nutzen, sollten sich bereits jetzt mit den Regelungen auseinandersetzen. Besonders hohe Anforderungen werden an „Hochrisiko-KI-Systeme“ gestellt, die zur Bewertung von Menschen eingesetzt werden (zum Beispiel kritische Infrastruktur oder HR). Der AI Act verpflichtet außerdem Entwickler generativer KI, Trainingsverfahren offenzulegen und eine Zusammenfassung der Trainingsquellen zu veröffentlichen. Es ist bislang ungeklärt, ob damit alle Urheber nachvollziehen können, ob ihre Werke genutzt wurden. Die Verlegerverbände sehen darin einen Schritt in die richtige Richtung. Es bleibt aber unabdingbar, dass KI-Anbieter den Verlagen über alle Inhalte Rechenschaft ablegen müssen, die sie für Training, Input oder sonstige Zwecke verwenden oder verwendet haben.

Wie zentral und dringlich eine politische Regulierung im KI-Bereich ist, zeigt sich ganz besonders in diesem Superwahljahr 2024, in dem mehrere Milliarden Menschen in mehr als 50 Staaten wählen werden. So hat US-Präsident Joe Biden bereits im Sommer 2023 mit einem Dekret zur KI-Regulierung eine Selbstverpflichtung mit

Der AI Act verpflichtet außerdem Entwickler generativer KI, Trainingsverfahren offenzulegen und eine Zusammenfassung der Trainingsquellen zu veröffentlichen. Es ist bislang ungeklärt, ob damit alle Urheber nachvollziehen können, ob ihre Werke genutzt wurden.

15 amerikanischen Tech-Unternehmen verabredet. Die Unternehmen werden darin verpflichtet, ihre KI-Anwendungen zu testen und die Ergebnisse den Behörden mitzuteilen, bevor diese veröffentlicht werden. Dies gilt insbesondere für Anwendungen, die für die nationale Sicherheit, die Wirtschaft oder die öffentliche

Gesundheit gefährlich sein können. Und im Rahmen der Münchner Sicherheitskonferenz im Februar 2024 erklärten rund 20 führende KI-Konzerne eine freiwillige Tech-Vereinbarung – hierbei geht es um eine Kooperation der Unternehmen, um manipulative KI-Inhalte zu erkennen und einzudämmen und die Öffentlichkeit aufzuklären. Neu und ermutigend daran ist, dass hier viele Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette im Sinne eines gesellschaftlichen Ziels zusammenarbeiten.

Durch KI können auch Informationen für Kleinstzielgruppen angeboten werden, zum Beispiel ein Beitrag über die Verschiebung eines Gottesdienstes. Das kann das Business Modell der Medienhäuser und das Informationsangebot von Kirchen revolutionieren.

Ariadne Klingbeil: Demnach ist die Politik massiv gefordert. Wie ist denn Deine Einschätzung zur Medienwelt: Wohin wird sie sich unter dem Einfluss von KI entwickeln?

Anina Veigel: Nun ja, das Kopieren und Vervielfältigen von Berichten war schon vorher möglich. Jetzt ist es aber noch leichter, schneller, billiger – und zusätzlich können Spuren/ Ursprünge verwischt werden, Texte zu Nullkosten verändert werden. Wie kann da ein Urheber nachweisen, dass ihm seine Inhalte gestohlen wurden? Generell bringt diese Entwicklung ein Finanzierungsproblem für den ursprünglichen Ersteller von Content mit sich und daher ist die Forderung nach Verfügung, Vergütung und Beweislast so wichtig.

Noch erschreckender als die massenhafte Reproduktion von Real News finde ich aber den zu erwartenden Tsunami an Fake News – und zwar als Business Modell oder als Manipulations-Modell. So zählte NewsGuard, ein Falschinformations-Tracking-Center, im September 2023 bereits 475 komplett unzuverlässige KI-generierte Nachrichtenseiten in 14 Sprachen. Zwischenzeitlich sind ein paar Monate vergangen und man mag sich nicht ausmalen, wie viele es jetzt – bei exponentiellem Wachstum – sind.

Ariadne Klingbeil: Warum wird es gerade einen Tsunami an Fake News geben und nicht an Real News?

Anina Veigel: Der Anspruch von Men-

schen darauf, mit Inhalten Geld zu verdienen oder Einfluss zu nehmen, wird größer – schlichtweg deshalb, weil sie es dank KI so einfach können. Dabei eignen sich Fake News für eine Verbreitung in sozialen Medien im besonderen Maße – das weisen verschiedene Studien nach. Zitiert sei hier zum Beispiel eine spannende Untersuchung des Massachusetts Institute of Technology aus dem Jahr 2018 (<https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>), die zeigte, dass sich Fake News auf Twitter sechsfach schneller verbreiteten als Real News und hundertmal mehr Menschen erreichten.

Grund dafür sind nicht etwa Bots, sondern die menschliche Psyche: Die Fake News, die sie in den sozialen Medien finden, sind häufig so konstruiert, dass sie das Neue und Überraschende betonen und starke Gefühle auslösen. Darauf reagieren Menschen viel stärker als auf die manchmal „banale“ Wahrheit.

Ariadne Klingbeil: Das heißt, wir müssen wachsamere denn je sein bei den Dingen, die wir lesen, sehen und hören. Welche Perspektiven bieten sich den Verlagen denn in diesen Zeiten durch die KI? Und was kann die Kirche davon lernen?

Anina Veigel: KI kann Informationsangebote entscheidend voranbringen. Bis jetzt brauchten Sie eine annähernd große Zielgruppe für eine Information – dann machte es Sinn, dass sich ein Redakteur oder ein Mitarbeiter mit einem Thema befasst hat, zum Beispiel ein Beitrag zum Nahost-Konflikt. Durch KI können auch Informationen für Kleinstzielgruppen angeboten werden, zum Beispiel ein Beitrag über die Verschiebung eines Gottesdienstes in der Nähe. Das kann das Business Modell der Medienhäuser und das Informationsangebot von Kirchen revolutionieren. Im positiven Sinne haben wir individualisierte Angebote, die höchst relevant für die Leserschaft sind. Darin liegen auch riesige Chancen für die Anbieter.

Ariadne Klingbeil: Werden sich dadurch auch Informationsformate ändern? Ich frage da aus Sicht von Medienhäusern, aber auch aus der Sicht der Kirche.

Anina Veigel: Mit Sicherheit! Wir haben es jetzt mit einer technologischen Revolution zu tun – es ist nicht denkbar, dass dies keine Auswirkungen auf unsere Angebote



Foto: Angelika Kamlage, www.angelika-kamlage.de



Foto: Angelika Kamlage, www.angelika-kamlage.de

Organisiert wurde die Tagung seitens der Katholischen Akademie in Bayern von Studienleiter Dr. Martin Dabrowski, der sich intensiv mit den Themen Digitalisierung und KI beschäftigt. Rechts: Die Tagung brachte Medienschaffende aus der Katholischen und Evangelischen Kirche mit weiteren Interessierten zusammen.

hat. Wenn man daran denkt, wie langsam Filme früher erzählt wurden – die haben sich auch an die Zeiten angepasst. Das, was auf YouTube oder TikTok geboten wird, ist hyperkurz und schnell. Oder wenn man daran denkt, dass man durch private Streaming-Angebote unendlich viele Serien hat, die gebingt werden – auch durch das Serienformat werden Geschichten anders erzählt als früher. Sich anzusehen, wie diese Anbieter arbeiten, kann für unsere Formate nur hilfreich sein.

Spannend wird für uns auch sein, wie wir uns weiter ausdifferenzieren, also welche Informationen und Angebote live angeboten werden (also zum Beispiel in einem Gottesdienst), was man digital erzählen möchte und was in welcher Form gedruckt publiziert werden muss. Jede Angebotsform bedient hier unterschiedliche Funktionen und Bedürfnisse in der Zielgruppe und die KI macht eine solche Ausdifferenzierung des Angebots finanzierbar.

Ariadne Klingbeil: Vorhin sprachen wir über Fake News. Wo stehen denn die Real News gerade und wie kann wiederum die Qualität des Outputs von KI und LLMs verbessert werden?

Anina Veigel: Generell gilt: Je mehr und je unterschiedlichere Texte oder Bilder zum Training verwendet werden, desto besser das Ergebnis. Andersherum formuliert heißt es ja: Garbage in, Garbage out. KI-Anbieter haben daher Interesse daran, möglichst hochwertigen Content sowie eine unendlich große Menge an Content zum Training zu verwenden. Umso wichtiger kann es für Medienunternehmen sein, mit einer maschinenlesbaren Datei auf vorhandene Urheberrechte hinzuweisen. Nur so kann zunächst einmal unentgeltlichem Datenschürfen widersprochen werden. Nur so können Urheberrechte geltend gemacht werden, wenn man dies möchte. Ohne diesen Hinweis verschenkt man seine Rechte. In der Praxis scheint dies jedoch nicht immer zu funktionieren.

Ariadne Klingbeil: Inwieweit? Woher weiß man das?

Anina Veigel: Bereits im April 2023 reichten mehrere Buchautorinnen und Buchautoren – unter anderem Komikerin Sarah Silverman, Game-of-Thrones-Autor George R. R. Martin, Pulitzer-Preisträger Michael Chabon – in San Francisco mehrere Sammelklagen gegen KI-Unternehmen ein. Ihre eigenen Tests hatten ergeben, dass LLMs urheberrechtlich geschützte Werke verwendet haben. Vermutlich deshalb, weil KI-Unternehmen sich bei Schattenbibliotheken, also illegalen Datenbanken, die Millionen Texte zum Download anbieten, bedient haben. Diesen Prozess wieder umzukehren, einen einzelnen Text wieder aus dem Trainingsdatensatz zu löschen und die Learnings rückgängig zu machen, ist nahezu unmöglich.

Ariadne Klingbeil: Es gibt noch eine weitere aufsehenerregende Klage. Worum geht es bei der Klage der New York Times gegen OpenAI aus dem Dezember 2023?

Anina Veigel: Die New York Times wirft OpenAI/Microsoft vor, das Wissen aus Millionen Artikeln rechtswidrig verwendet und kopiert zu haben, um ChatGPT zu trainieren und damit ein eigenes Geschäftsmodell aufzubauen. Es geht um Schadenersatzforderungen in Milliardenhöhe. Es geht aber auch darum, dass die KI-Anwendungen die Reichweiten klassischer Medien massiv reduzieren werden und ihre Geschäftsmodelle bedrohen. Deshalb ist diese Klage so entscheidend. Sie verschafft den Medien Zeit.

Ariadne Klingbeil: Und wie hat OpenAI auf die Vorwürfe reagiert?

Anina Veigel: Wie zu erwarten war, hat OpenAI diese als „unbegründet“ zurückgewiesen. Sie argumentieren, dass die Zeitung zum Testen vermutlich Beispiele eingesetzt habe,

die schon älter waren und dadurch schon auf vielen Websites von Dritten publiziert worden sind. Und zudem habe man beim Testen wahrscheinlich auch die Eingabeaufforderungen so manipuliert, dass genau das Ergebnis erzielt wurde, welches die NY Times generieren wollte, um die Klage zu unterstreichen. Man sieht, wie schwierig hier ein Vorankommen ist.

Ariadne Klingbeil: Gut, wir halten fest: Man kann als Unternehmen versuchen, zu klagen. Welche weiteren Möglichkeiten haben Medienhäuser oder auch die Kirche, sich gegenüber KI-Anbietern zu positionieren?

Anina Veigel: Es gibt auch Medienhäuser, die ihre Inhalte an KI-Unternehmen ganz bewusst verkaufen und eine Kooperation eingehen. Bei dieser Strategie steht die Sicherung von Erlösen und Wettbewerbsvorteilen im Vordergrund. Wie viel Geld dabei fließt, ist bisher nicht öffentlich, aber man hört, dass die KI auf diese ursprüngliche Medienquelle verlinkt, wenn sie sie nutzt. Ein solcher Weg wäre zum Beispiel auch für die Kirche eine Option. Denken Unternehmen über eine Kooperation nach, gibt es hier zwei Möglichkeiten: Bietet man im Rahmen der Zusammenarbeit sein Archivmaterial an – die KI wird dadurch allgemein schlauer – oder bietet man seine aktuellen Meldungen an – die KI kann dadurch im News-Geschäft konkurrieren.

Die Kirche ist wiederum in ethischen Fragestellungen allen anderen voraus. Etwas salopp gesagt, könnte der KI etwas mehr Ethik guttun. Vielleicht ist eine Kooperation hier durchaus spannend. Möglicherweise kann man Moral und Ethik nicht so einfach in eine KI hineinprogrammieren, denn ein Wertesystem ist immer zutiefst menschlich, freiheitlich, flexibel, individuell und nicht immer logisch – aber Moral und Ethik werden zentral in unserem Umgang mit KI.

Ariadne Klingbeil: Muss man sich denn Sorgen machen, weil man dann nur noch Journalismus von einigen wenigen Medienhäusern über die KI erhält?

Anina Veigel: Das glaube und hoffe ich nicht. KI-Anwender suchen sich ja weltweit unzählige Medienpartner.

KI-Anbieter haben Interesse daran, möglichst hochwertigen Content sowie eine unendlich große Menge an Content zum Training zu verwenden. Umso wichtiger kann es für Medienunternehmen sein, mit einer maschinenlesbaren Datei auf vorhandene Urheberrechte hinzuweisen.

Ariadne Klingbeil: Und wenn man gerade bei den Sorgen ist: Viele sorgen sich derzeit um ihre Jobs. Wie verändert KI denn aus Deiner Sicht die Arbeitswelt?

Anina Veigel: Es gibt die Aussage, wonach nicht die KI einen Job vernichtet, aber die Menschen und Unternehmen, die künstliche Intelligenz nutzen, verdrängen im Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Vertrauen diejenigen, die KI nicht nutzen. Daher ist es für jeden von uns so fundamental wichtig, sich mit KI zu befassen. Neu an den aktuellen Anwendungen ist ja, dass sie so leicht von Mitarbeitenden genutzt und angewendet werden können und dass sie zum Teil auch leicht mit den bestehenden technischen Infrastrukturen verbunden werden können. Dies macht die neuen Modelle zu Gamechangern in der Arbeitswelt.

Ariadne Klingbeil: Aber nochmal ganz konkret nachgefragt: Vernichtet die KI auch Jobs?

Anina Veigel: So wie jede neue Entwicklung, wie jede neue Technologie verändert auch die KI den Arbeitsmarkt – zugegeben: hier in besonderem Maße. In diesem Zusammenhang spannend finde ich die Einschätzung von Enzo Weber, Professor für empirische Wirtschaftsforschung an der Universität Regensburg und Leiter „Prognosen und gesamtwirtschaftliche Analysen“ am Nürnberger Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. Er geht davon aus, dass die KI viele neue Jobs schaffen wird, denn – kurz gesagt – neue Technologien erhöhen die Produktivität und infolgedessen die Nachfrage, wodurch wieder neue Arbeitskräfte benötigt werden.

Jedoch verändert sich unsere Arbeit: Dadurch, dass viele Routinejobs von Maschinen übernommen werden, bleibt mehr Raum für kreative Leistung und das Erschaffen von Neuem. Ein Selbstläufer ist das dennoch nicht: Für den Arbeitsmarkt von morgen sind laut Weber eher übergreifende Fähigkeiten gefragt wie Kommunikationsfähigkeit, Abstraktionsgabe und vor allem Anpassungsfähigkeit (*brand eins*, 09/23, S. 64ff).

Ariadne Klingbeil: Wie kann die KI denn konkret in einem Medienhaus genutzt werden?

Anina Veigel: KI kann mit unzähligen Tools von den Medienhäusern genutzt werden. Das Maß muss jedes Medienhaus für sich selbst bestimmen und daher ist es so wichtig, vorab entsprechende Richtlinien für interne oder externe Zwecke festzulegen. Jedes Haus muss also für sich entscheiden, wann KI in welcher Form eingesetzt werden darf und soll. Und wenn dies getan ist, gibt es ganz konkrete Bereiche, in denen KI zum Einsatz kommt:

1. Zunächst mal im Vertrieb:

KI kann die User Experience, personalisierte Inhalte, Empfehlungsalgorithmen, dynamische Paywalls und die Generierung von Abos wesentlich vorantreiben. In der Kommunikation hilft die KI unter anderem via Chat Bots, Kommentarmoderation und Social Media Monitoring.

2. Dann in der Vermarktung:

KI wird erfolgsentscheidend bei Angebotserstellung, beim Pricing, in der Kampagnensteuerung, beim Tracking und bei Prognosen.

3. Und last but not least der Einsatz von KI im journalistischen Bereich:

Die KI kann Texte bearbeiten, Layouts generieren, Bilder kreieren, Inhalte digitalisieren, verschlagworten und verknüpfen. Die KI kann auch große Datenmengen analysieren, wie das bei den Panama Papers der Fall war.

Noch spannender finde ich aber, was aus dem Einsatz von KI folgt: Wenn Routinearbeiten erleichtert werden, bleibt

mehr Zeit für die Gatekeeperfunktion und vor allem für die Verifizierungsfunktion. Medienmenschen können sich die Ergebnisse der KI zu eigen machen und Ihr Augenmerk auf Recherche und Faktencheck legen! Und ganz wichtig: sich den Zweifel zum Grundprinzip machen! Das ist ja genau das, was der Roboterjournalismus (noch) nicht kann. Darüber hinaus wird die Berichterstattung über Künstliche Intelligenz für alle Informationsanbieter immer wichtiger. Ich sehe da nicht nur die Medienhäuser, sondern gerade auch die Kirchen. Damit nicht nur diejenigen, die viel mit KI zu tun haben, verstehen, wie sehr KI unsere Sicht auf die Welt verändern kann, welches Potenzial sie hat, aber auch welche Macht.

Hier wird das interdisziplinäre Arbei-

ten innerhalb von Medienhäusern, aber auch die Kollaboration zwischen Medienhäusern, Kirchen, Anbietern und Forschern zentral werden.

Ariadne Klingbeil: Jetzt haben wir darüber gesprochen, wie die KI unser Arbeiten verändert. Denkst Du, KI verändert unsere menschlichen Fähigkeiten und wenn ja, wie?

Anina Veigel: Das ist eine interessante Frage. Wenn man zu meiner Generation gehört: Kannten Sie früher auch hundert Festnetznummern auswendig? Und jetzt? Wie gut ist Ihr Orientierungssinn noch? Und was tritt an diese Stelle?

Natürlich verändern Technologien unser Wissen und unsere Fähigkeiten. So wie die Erfindung der Schrift ein Quantensprung für die Menschheit bedeutet, weil Wissen gespeichert werden konnte und damit Kapazitäten frei wurden, Wissen zusammenzutragen und weiterzuentwickeln, trägt die KI ein solches Potenzial in sich. Wenn Menschen nun in enormer Geschwindigkeit Wissen in die gewünschte Form – Text, Bild, Video, Musik etc. – bringen können und das Wissen der Welt in Sekundenschnelle analysieren lassen können, können wir uns viel schneller und intensiver auf Lösungen fokussieren. Die KI-Entwicklung kann uns als Gesellschaft enorm voranbringen – zum Beispiel in gesellschaftlichen Fragen, im Gesundheitsbereich, in der Wirtschaft und in Nachhaltigkeitsfragen. Wir als Menschen werden möglicherweise durch die KI noch besser im Lösen von Problemen, ganz einfach, weil wir die Kapazität dazu haben.

Wenn Routinearbeiten erleichtert werden, bleibt mehr Zeit für die Gatekeeperfunktion und vor allem für die Verifizierungsfunktion. Medienmenschen können sich die Ergebnisse der KI zu eigen machen und Ihr Augenmerk auf Recherche und Faktencheck legen!

Ariadne Klingbeil: Stichwort Prompting – muss das jetzt jeder schnellstmöglich lernen?

Anina Veigel: Wer gut prompten kann, ist derzeit König! Für das Ergebnis ist es wichtig, der AI die richtigen Fragen zu stellen. Experten sagen aber auch: Die KI wird sich so weiterentwickeln, dass sie immer userfreundlicher wird. Sie wird immer bessere Antworten liefern, ohne dass wir intelligente Fragen gestellt haben. Daher wird die Bedeutung von Prompting mittelfristig auch wieder abnehmen.

Ariadne Klingbeil: Vieles im Zusammenhang mit der KI-Entwicklung klingt verheißungsvoll, vieles aber auch bedrohlich – wie können wir die Zukunft aktiv gestalten?

Anina Veigel: Auf Seiten der Medienverbände: Für ein angemessenes Urheberrecht kämpfen, Bezugspunkte zu vielen weiteren Gesetzen klären und die Position der Branche stärken.

Auf Seiten der Kirchen: Über KI berichten, aufklären und an der Etablierung ethischer Standards in KI-Systemen mitarbeiten.

Auf Seiten der Medienhäuser: Das Vertrauen in Medienmarken wird zum höchsten Gut. V. i. S. d. P. – „Verantwortlich im Sinne des Presserechts“ – ist das Vertrauensiegel für verlässliche Informationsangebote. Wir müssen es weiterhin schaffen, dass Menschen unsere Marken selbst aufrufen, weil sie in ihrer eng bemessenen Zeit journalistisches Handwerk erwarten. Der Realitätscheck durch Medien wird für uns als Gesellschaft überlebensnotwendig. Vielleicht ist das die gute Nachricht: Guter Journalismus wird zum Wettbewerbsvorteil. Die Gesell-

Guter Journalismus wird zum Wettbewerbsvorteil. Die Gesellschaft muss sich in diesem Zusammenhang fragen, ob sie sich die Welt von einem Diktator – da gibt es gerade ja so Einige – erklären lassen will oder doch lieber von einem Medium der freien Presse.

schaft muss sich in diesem Zusammenhang fragen, ob sie sich die Welt von einem Diktator – da gibt es gerade ja so Einige – erklären lassen will oder doch lieber von einem Medium der freien Presse.

Ariadne Klingbeil: Wie bereiten wir denn die junge Generation darauf vor, was kommt?

Anina Veigel: Zum Erhalt unserer politischen und kulturellen Kultur, und nicht zuletzt zum Erhalt unserer Demokratie müssen wir die kommende Generation auf diese Welt vorbereiten. Es ist nun wichtiger denn je geworden, tiefgreifende Medienkompetenzen an den Schulen zu vermitteln. Und selbstverständlich kann und muss dies jeder von uns in seinem persönlichen Umfeld tun. Das Wichtigste dabei ist: Bleiben Sie zweifelnd! Bleiben Sie kritisch! Und teilen Sie dies mit! Damit kann jeder Einzelne schon eine Menge bewirken und erreichen. ■

PRESSE

■ KNA

29. Februar 2024 – Der technische Fortschritt wird nach Erkenntnissen des Tübinger Soziologen Matthias Meitzler Trauerprozesse weltweit stark verändern. Tod und Verabschiedung, der Begräbnisort und die Erinnerung an den Verstorbenen träten immer weiter auseinander, sagte der Forscher bei einer Fachtagung in München. In absehbarer Zeit könnten aus Daten Verstorbener mit Künstlicher Intelligenz Avatare geschaffen werden, die von ihren Vorbildern nicht mehr unterscheidbar seien. Spätestens dann stelle sich die Frage nach einer Kennzeichnungspflicht. [...] Ob eine solche Form des künstlich generierten Weiterlebens einer Person nach ihrem Tod für Trauerprozesse hilfreich ist, konnte Meitzler noch nicht sagen. [...] Eine wichtige Frage sei, wer darüber entscheiden dürfe, wie solche Avatare programmiert und gebaut würden, sagte Meitzler. [...] Der Soziologe fügte hinzu, sämtli-

che Vorbehalte gegenüber diesen Technologien änderten nichts daran, dass sie weiterentwickelt würden und sich auch ausbreiteten. Verbote könnten diesen Wandel nicht aufhalten.

■ KATHPRESS

1. März 2024 – Der deutsche Ethiker Andreas Lob-Hüdepohl und Experten plädieren für eine intensive Auseinandersetzung mit Künstlicher Intelligenz (KI) im kirchlichen Kontext. In der Debatte um die Nutzung von KI sei der Unterschied zwischen Künstlicher Intelligenz und menschlicher Vernunft vorab klar zu definieren, sagte der katholische Theologe Lob-Hüdepohl. [...] ChatGPT und andere Anwendungen bergen laut Lob-Hüdepohl für den Menschen auch die Gefahr eines Kompetenzverlusts, weil der Nutzer sich auf die Aussagen der KI komplett verlassen könnte. „Wir müssen Strategien entwickeln, wie die Gesellschaft eine KI-Kompetenz erlangen kann“, sagte der Ethiker bei einer Tagung in der Katholischen Akade-

mie in Bayern zu Auswirkungen Künstlicher Intelligenz auf die Kirchen.

IM Bereich der Kirche kann KI nach Auffassung des katholischen Medienexperten Stefan Lesting auch sinnvoll eingesetzt werden. Sie könne etwa zur Vereinfachung von Sprache genutzt werden.

■ KNA Bayern

1. März 2024 – Auch im Pfarrbüro sei der Einsatz von KI etwa in Form von Chatbots denkbar, so Lesting weiter. „Wenn ich etwa die Taufbescheinigung erbitte, um zu heiraten oder eine Taufanmeldung machen möchte, könnte die KI vielleicht im Dialog mit der Person sagen, welche Unterlagen man braucht.“ Auch die Pfarrerin Stefanie Hoffmann sprach sich auf einem Podium dafür aus, zu prüfen, wo KI bei Verwaltungsarbeiten entlasten könne. Außerdem könnten ihrer Meinung nach algorithmische Systeme dabei helfen, Daten der Kirchen auszuwerten, um dem Schrumpfen der Kirche entgegenzuwirken.

Existenz jenseits des Körpers

Digitale Unsterblichkeit durch KI?

von Matthias Meitzler

Zum Wandel der zeitgenössischen Trauer- und Gedenkkultur gehört, dass ihre Rituale längst nicht mehr nur in der analogen, sondern zunehmend auch in der digitalen Welt vollzogen werden. Dies eröffnet zum einen Möglichkeiten der emotionalen Begleitung, Unterstützung und Verbundenheit über räumliche Distanzen hinweg, zum anderen ergeben sich neue Varianten der sozialen Präsenz von Verstorbenen. Das Bewahren persönlicher (analoger wie digitaler) Spuren, die Auskünfte über ein vergangenes Leben geben und den Toten hierdurch eine fortwährende Erscheinung verleihen, ist prinzipiell kein neues Phänomen. Mithilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) wird Menschen heute indes eine bisher nie dagewesene Form der interaktiven Existenz nach dem Tod in Aussicht gestellt. Innerhalb der Bevölkerung ruft dies nicht nur Neugier und Faszination, sondern auch Zweifel und Unbehagen hervor. Die damit verbundenen Fragen betreffen das gegenwärtige und künftige zwischenmenschliche Zusammen-

leben sowie den Umgang mit neuen Technologien, über die bislang noch relativ wenig Wissen besteht.

Medien der Präsenz

Das Bedürfnis nach einer sinnlich erfahrbaren Präsenz über das physische Lebensende hinaus weist eine lange Kulturgeschichte auf, in deren Verlauf immer wieder andere Praktiken, Techniken und Medien zum Einsatz kamen. Die Bandbreite erstreckt sich von Höhlenmalereien über Skulpturen und Gemälde, dem gesprochenen und geschriebenen Wort bis hin zu modernen Bildtechnologien wie der (digitalen) Foto- und Videografie. Auch und vor allem der Umstand, dass immer mehr Menschen im Laufe ihres Lebens immer mehr digitale Daten produzieren, die etwas über sie verraten und sie potenziell überdauern können, spielt eine zunehmend größere Rolle für die Art und Weise, wie sie umeinander trauern und einander erinnern. Obwohl Friedhöfe als traditionelle Stätten der Trauerbewältigung und des Gedenkens für viele Menschen weiterhin eine große Bedeutung haben, zeichnet sich seit geraumer Zeit ein Trend zur *Delokalisierung* ab. Damit sind zum einen die generelle Loslösung von vormalig verbindlichen räumlichen Fixierungen und zum anderen ein allgemeiner Relevanzverlust des toten Körpers und dessen Verortung im Kontext von Trauer und Erinnerung gemeint. Diese Entwicklung wird durch das Aufkommen digitaler Angebote und deren Vorzüge weiter forciert.

Schon seit etwa 30 Jahren ist eine wachsende Verflechtung von digitalen Technologien mit Trauer- und Erinnerungspraktiken zu beobachten – etwa in Form von virtuellen Friedhöfen, Online-Memorialseiten oder spezifischen Trauerforen. Mittlerweile zählen dazu auch diverse Social-Media-Plattformen, wo neben unzähligen anderen Lebensthe-

Das Bewahren von Spuren ist prinzipiell kein neues Phänomen. Mithilfe von Künstlicher Intelligenz wird Menschen heute indes eine bisher nie dagewesene Form der interaktiven Existenz nach dem Tod in Aussicht gestellt.

men auch der Umgang mit Sterben, Tod und Trauer in Wort und Bild behandelt wird. Profildaten verstorbener User verwandeln sich bisweilen in virtuelle Gedenkstätten, indem sie von anderen Personen weiterhin (bzw. umso häufiger) besucht und mit spezifischen trauer- und erinnerungsbezogenen Inhalten versehen werden. Auf YouTube finden sich inzwischen zahlreiche Videos, die Nutzer:innen zum Gedenken an verstorbene Freunde oder Familienmitglieder erstellt haben. Darüber hinaus werden individuell gestaltbare virtuelle Erinnerungsräume angeboten, in die man ‚eintauchen‘ kann, um dort verschiedenen Spuren der Verstorbenen zu begegnen (etwa in Form von Foto-, Video- und Audioaufnahmen oder digitalen Nachbildungen persönlicher Gebrauchsgegenstände).

Noch einen Schritt weiter gehen Dienste der Digital Afterlife Industry, die auf Technologien der Künstlichen Intelligenz (KI) zurückgreifen und ein postmortales Weiterleben als Avatar versprechen, der sich mit den Weiterlebenden unterhalten kann. Hierzu werden das Kommunikationsverhalten, Persönlichkeitsmerkmale (Einstellungen, Überzeugungen, Geschmackspräferenzen, Hobbys usw.) und mithin auch die äußere Erscheinung einer Person anhand enormer Mengen der von ihr hinterlassenen digitalen Daten (z. B. E-Mails, Messengerverläufe, Social-Media-Postings, Kalendereinträge, Fotos,



Matthias Meitzler, Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Internationalen Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW), Universität Tübingen

Videos, Sprachnachrichten usw.) simuliert. Neben vergleichsweise einfachen Formen, bei denen das zuvor gespeicherte Ursprungsmaterial während der Nutzung zwar selektiv ausgewählt, jedoch unverändert ausgegeben wird, existieren auch solche KI-Systeme, die aus den zugrundeliegenden Daten der Verstorbenen neuen Output generieren und in die Interaktion mit den Nutzer:innen einbringen. Der Avatar äußert dementsprechend Dinge, die die von ihm repräsentierte Person zwar nie so gesagt hat, es aber auf diese Weise sagen *könnte*, wäre sie noch am Leben.

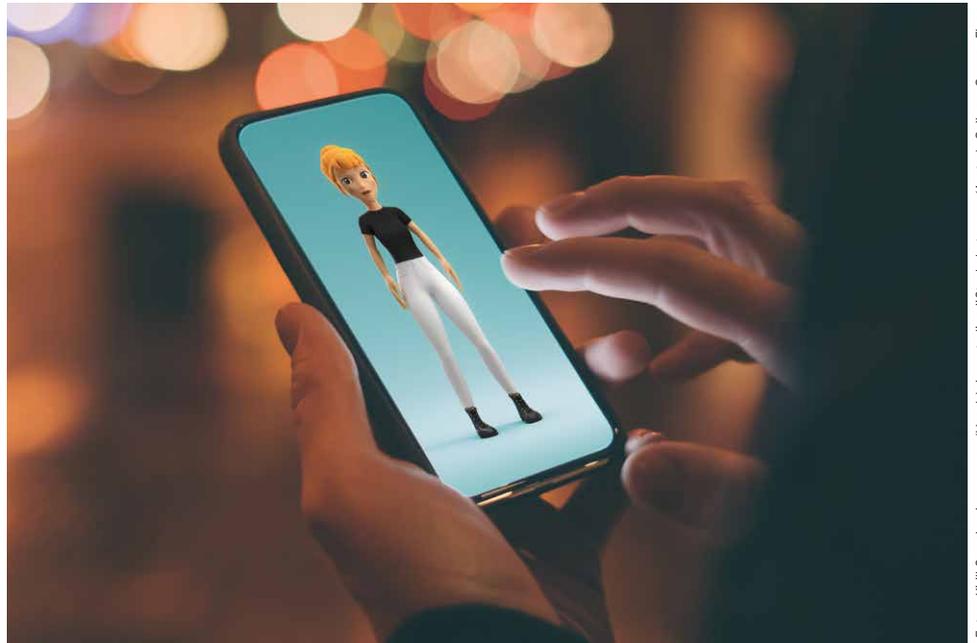
Formen des digitalen Weiterlebens und deren ethische Betrachtung

Die KI-basierten Technologien des digitalen Weiterlebens finden breite Anwendungsbereiche. Einer davon ist die Populärkultur: Während verstorbene Künstler wie Michael Jackson oder Elvis Presley als virtuelle Animationen bereits ihr postmortales Bühnencomeback feierten, können Schauspieler:innen von ihren digitalen Doubles vertreten bzw. ersetzt werden. Auch andere öffentliche Persönlichkeiten erfuhren eine gewisse Fortexistenz im Digitalen. Am 22. November 1963 hätte der damalige US-Präsident John F. Kennedy in Dallas (Texas) eine Rede halten sollen, wäre er nicht kurz vor seiner Ankunft einem tödlichen Attentat zum Opfer gefallen. Mehr als ein halbes Jahrhundert später – im Jahr 2018 – konnte die besagte Rede mit der synthetisierten Stimme Kennedys vertont werden. Weitere Anwendungen finden sich im Bereich der historisch-politischen Bildung, wo die digitalen Repräsentationen von Ho-

locaustüberlebenden in Museen, Klassenzimmern oder auf dem Display eines persönlichen Endgerätes auf Fragen der Anwender:innen antworten. Die betreffenden Zeitzeug:innen wurden vorab ausgiebig zu hunderten von Fragen interviewt und dabei von

mensionalen Simulation ihrer verstorbenen siebenjährigen Tochter in einem virtuellen Park gezeigt wurde.

Die Kommunikation mit ihren KI-Simulationen hilft, die Beziehung zu den Toten fortzusetzen und das Gefühl ihrer anhaltenden Präsenz zu



Fotos: Kirill Smyslov/canva.com (Handy), luza studios/Stockphoto.com (Avatar), Collage: Gunnar Floss

Schon jetzt gibt es Apps für das Smartphone, die den Hinterbliebenen zu besonderen Anlässen, oder nachdem sie eine Frage eingegeben haben, Text-, Sprach- oder Videobotschaften der Verstorbenen schicken.

mehreren Kameras aus verschiedenen Perspektiven gefilmt. Das hierdurch entstandene Material kann mittels Spracherkennungssoftware so aufbereitet werden, dass die zur jeweils gestellten Frage passende Antwortsequenz im Stile einer Live-Konversation abgespielt wird.

Neben dem digitalen Weiterleben öffentlich bekannter Personen bietet aber auch die Trauer um und die Erinnerung an Menschen aus dem privaten Umfeld einen lukrativen Geschäftszweig für die Digital Afterlife Industry. So sendet z. B. eine Smartphone-App Hinterbliebenen zu besonderen Anlässen oder, nachdem sie eine bestimmte Frage eingegeben haben, Text-, Sprach- oder Videobotschaften der Verstorbenen. In Großbritannien wurde im Jahr 2022 kurz nach der Beisetzung einer älteren Dame deren digitales Pendant auf einem großen Bildschirm eingeblendet und stand den versammelten Trauergästen Rede und Antwort. Ein weiteres Beispiel stammt aus Südkorea, wo im Rahmen einer TV-Show die Begegnung einer Frau mit der dreidi-

erzeugen – so zumindest verspricht es die Marketingrhetorik einzelner Anbieter. Einer von ihnen wirbt gar mit dem Slogan „Never have to say goodbye“. Ob eine solche Entkopplung von Tod und Verabschiedung nun eine Verheißung oder eine Bedrohung bedeutet, wäre zu diskutieren. Schließlich birgt das so verstandene digitale Weiterleben nicht wenige Problematiken, die noch weitgehend ungeklärt sind und neben Fragen des Persönlichkeitsrechts bzw. der Datensicherheit einige ethische Dimensionen berühren: Wie kann etwa ein hinreichender Schutz der Privatsphäre von Verstorbenen und deren Hinterbliebenen sichergestellt werden? Woher genau stammen die für die Gestaltung des Avatars benötigten (und mit hin höchst sensiblen) Daten und von wem werden sie ausgewählt? Von den Toten selbst, von ihren Angehörigen oder etwa von den Unternehmen, die den Dienst zur Verfügung stellen und deren wirtschaftliche Interessen nicht zwangsläufig im Dienste einer erfolgreichen Verlustbewältigung stehen?

**Einen Schritt weiter gehen
Dienste der Digital Afterlife
Industry, die auf Technologien
der Künstlichen Intelligenz
zurückgreifen und ein post-
mortales Weiterleben als
Avatar versprechen, der sich
mit den Weiterlebenden
unterhalten kann.**

Inwieweit ist das digitale ‚Danach‘ nicht per se von kommerziellen Aspekten der Gewinnmaximierung durchzogen – und welche Risiken der Manipulierbarkeit ergeben sich hieraus für die Interaktion mit den Avataren? Das Szenario, in dem die digitale Version der verstorbenen Großmutter ihren Enkeln zum Kauf eines bestimmten Produktes rät, mag etwas plakativ anmuten, doch lassen sich derartige, mithin subtilere Formen der Beeinflussung unter ökonomischen Vorzeichen nicht ausschließen.

Mit diesen und weiteren Aspekten beschäftigt sich ein an der Universität Tübingen (in Kooperation mit dem Fraunhofer SIT in Darmstadt) durchgeführtes und vom BMBF gefördertes Forschungsprojekt zu *Ethik, Recht und Sicherheit des digitalen Weiterlebens (2022–2024)*. Dessen Augenmerk lag auf der übergeordneten Frage, inwieweit der beschriebene technologische Wandel Gesellschaft und soziale Beziehungen auch und vor allem mit Blick auf die Endlichkeit des Lebens verändert. Expert:innen aus unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern rund um Sterben, Tod und Trauer (etwa aus dem Bestattungswesen, bestimmter religiöser Gemeinschaften, der Sterbe- und Trauerbegleitung usw.), aber auch Privatpersonen sowie Entwickler:in-

Es wird vermehrt die Sorge geäußert, dass persönliche Erinnerungen an die verstorbene Person von alternativen Inhalten, die das schwer zu durchschauende KI-System hervorbringt, überschrieben werden könnten.

nen von spezifischen IT-Angeboten wurden um ihre Einschätzung zu besagten Varianten des digitalen Fortlebens durch KI gebeten.

Die Befragten äußerten sich überwiegend skeptisch. Größere Bedenken bestehen insbesondere hinsichtlich möglicher Effekte auf den Trauerprozess. Während die Realisierung und Anerkennung des unwieder-



Die Fragen nach KI im Umgang mit Tod, Trauer und Erinnerung diskutierte Studienleiter Dr. Martin Dabrowski (li.) mit Matthias Meitzler, der sich im Rahmen eines Forschungsprojekts mit diesem Thema beschäftigte.

bringlichen Verlustes als wesentliche Voraussetzung für die erfolgreiche Trauerbewältigung ausgemacht wird, könnte die fortlaufende Interaktion mit einem Avatar, der den Eindruck des Weiterlebens der vermissten Person vermittelt, genau dies verhindern. Nutzer:innen könnte dadurch die Flucht in eine Art Scheinrealität ermöglicht werden, die zugleich mit einem Rückzug aus dem sozialen Umfeld der analogen Welt einhergehen könnte. Manche der Studienteilnehmer:innen vergleichen dies sogar mit dem Konsum einer Droge, die zwar kurzfristig emotionalen Schmerz betäubt, langfristig jedoch weitere, zum Teil noch gravierendere Probleme mit sich bringt. Auch wird vermehrt die Sorge geäußert, dass persönliche Erinnerungen an die verstorbene Person von alternativen Inhalten, die das schwer zu durchschauende KI-System hervorbringt, überschrieben werden könnten. Letzterem wird somit ein manipulatives Potenzial zugeschrieben, das sich negativ auf das Wohlbefinden der Trauernden und ihr Verhältnis zu den Verstorbenen auswirkt. Der Avatar könnte beispielsweise Unwahrheiten über sein analoges Vorbild verbreiten bzw. Äußerungen tätigen, die die Hinterbliebenen verletzen. Deren emotionale Abhängigkeit würde es ihnen wiederum erschweren, sich von dem Dienst abzuwenden oder ihn zu kündigen, da ein solcher Schritt gewissermaßen als „zweiter Tod“

der verstorbenen Person interpretiert werden könnte.

Künftige Anwendungsszenarien

Aufgrund der bislang geringen Verbreitung und Nutzung entsprechender Anwendungen im privaten Bereich mangelt es derzeit noch an belastbaren empirischen Erkenntnissen über ihre tatsächlichen Wirkungen auf den Trauerprozess von Angehörigen. Dennoch lassen sich einige Faktoren antizipieren, die diesbezüglich eine Rolle spielen könnten: etwa das jeweils erreichte Lebensalter der Verstorbenen, die näheren Umstände ihres Todes, die von den Hinterbliebenen empfundene Beziehungsqualität sowie der Zeitpunkt und die Dauer der Inanspruchnahme der KI-Simulation. Entscheidend dürften ferner die spezifischen Erwartungen der Anwender:innen sein: Was versprechen sie sich konkret von diesem oder jenem Dienst? Geht es ihnen tatsächlich darum, einen Menschen in all seiner Persönlichkeitskomplexität wiederzuhaben? Wird ein permanenter Austausch mit einem allzeit verfügbaren Avatar angestrebt, um die gemeinsame Kommunikationsgeschichte mit der verstorbenen Person mehr oder minder bruchlos fortzusetzen? Oder sind es eher temporäre Reminiszenzen, die jemanden zur Nutzung eines bestimmten digitalen Angebotes bewegen? Es braucht wohl nicht wei-

ter betont zu werden, dass Trauer keinen statischen Zustand beschreibt, sondern einer gewissen Dynamik unterliegt und sich diesbezügliche Bedürfnisse – auch im Hinblick auf adäquate Formen des Gedenkens und der Interaktion – im Laufe der Zeit verändern können. Dessen ungeachtet wäre ebenfalls zu fragen, ob im Kontext des digitalen Weiterlebens von Privatpersonen überhaupt immerzu die Bewältigung von Trauer und Verlust zentral ist. Schließlich wären auch solche Anwendungen vorstellbar, die mit einer weniger großen Bedeutungsschwere aufgeladen sind und sich aufgrund ihres eher spielerischen Charakters leichter in den Alltag integrieren lassen. Hier ist z. B. an bestimmte Sprachassistenzsysteme zu denken, bei denen anstelle einer fremden fortan die vertraute Stimme einer verstorbenen Person erklingen könnte.

Die in diesem Artikel behandelten Formen der digitalen Fortexistenz durch KI fordern zu einigen grundsätzlichen Überlegungen heraus. Diese betreffen u. a. die Frage nach der Definition von Lebendigkeit abseits biologischer Prozesse und entsprechenden Grenzverschiebungen. Besonders bemerkenswert erscheint dies in einer Gesellschaft, die als säkularisiert beschrieben wird, in der jedoch gleichzeitig eine anhaltende Transzendenzsehnsucht zu verzeich-

nen ist. Ferner wäre zu diskutieren, was die menschliche Persönlichkeit und Interaktion im Kern ausmacht und inwiefern sich all das in den Mengen hinterlassener Daten überhaupt adäquat abbilden lässt.

Gewiss: Die Entwicklung steht noch am Anfang, viele Dienste (vor allem jene, die sich an Privatpersonen richten und auf die Erzeugung neuer Inhalte durch generative KI spezialisiert sind) befinden sich zurzeit in einer Testversion und werden bislang nur von wenigen Menschen angewandt. Doch weder die aktuellen technischen Einschränkungen noch die in der Studie zum Ausdruck kommenden Vorbehalte dürften letztlich etwas daran ändern, dass sich die betreffenden Angebote aller Voraussicht nach noch weiter verbreiten werden. Eine wesentliche Triebfeder hierfür ist neben dem technischen auch der *demografische* Wandel. Noch verbrachte die Mehrheit der jährlich Verstorbenen den größten Teil des Lebens in einer Zeit vor dem Durchbruch des Internets als omnipräsentem Alltagsmedium. Wie aber verhält es sich in einer zukünftigen Gesellschaft, die nahezu vollständig aus ‚Digital Natives‘ bestehen wird? Das digitale Vermächtnis einer Person könnte dann auf einer sieben, acht oder gar neun Jahrzehnte andauernden Online-Existenz beruhen – und eine vielversprechende Grundlage für eine

überzeugende KI-Simulation nach dem physischen Lebensende bieten.

Dass aus einem Experimentierfeld für einzelne Technikpionier:innen ein vielseitig einsetzbares Werkzeug

Ebenfalls wäre zu fragen, ob im Kontext des digitalen Weiterlebens von Privatpersonen überhaupt immerzu die Bewältigung von Trauer und Verlust zentral ist. Schließlich wären auch Anwendungen mit spielerischem Charakter vorstellbar.

für eine breite Nutzer:innenschaft werden kann, ist, so gesehen, vielleicht auch schlichtweg eine Frage der kulturellen Gewöhnung daran, dass **1)** Ko-Präsenz zunehmend digital vermittelt wird, **2)** die Interaktion mit künstlichen virtuellen Personen reale emotionale Folgen hat und **3)** Lebensverläufe digitale Manifestationen erhalten, die über den Tod hinaus wirksam sind. Angesichts dieser Entwicklungspotenziale erscheint es umso wichtiger, sich nicht erst in Zukunft, sondern bereits frühzeitig Gedanken über ihre gesellschaftlichen, kulturellen und ethischen Implikationen zu machen. ■



Foto: Christian Schmaubert

Zum Abschluss der Tagung sprachen Prof. Dr. Andreas Lob-Hüdepohl (2. v. li.) und Pfarrerin Stefanie Hoffmann (3. v. li.) über die Konzeptionalisierung der KI-Strategien der Kirchen. Moderiert wurde das Gespräch von Meike Kohlhoff (li.) und Kirchenrat Christoph Breit.

Verpasste Chancen

Zum kirchlichen Umgang mit Künstlicher Intelligenz und Digitalisierung
von Holger Sievert

In den letzten Jahren hat die Bedeutung künstlicher Intelligenz (KI) im öffentlichen Diskurs rapide zugenommen, insbesondere seit der Veröffentlichung von ChatGPT und ähnlichen Technologien.



Prof. Dr. Holger Sievert, Digitalisierungsexperte und Professor für Kommunikationsmanagement an der Hochschule Macromedia, Köln

Einleitung

Diese Fortschritte haben nicht nur technologische Innovationen vorangetrieben, sondern auch tiefgreifende Fragen über Ethik, Menschlichkeit und die Zukunft der Gesellschaft aufgeworfen. Die Integration von KI in verschiedene Bereiche des Lebens hat zu Diskussionen über Datenschutz, Automatisierung, Arbeitsplatzveränderungen und sogar existenzielle Fragen geführt.

Dabei wird jedoch ebenfalls deutlich, dass KI auch für Unternehmen immer wichtiger wird, um Prozesse zu optimieren und Entscheidungen zu treffen.

Interessanterweise können auch Kirchen und religiöse Gemeinschaften KI nutzen, um ihre Arbeit besser und effizienter zu gestalten. Ob es darum geht, administrative Aufgaben zu automatisieren, die Kommunikation mit Gemeindemitgliedern zu verbessern oder sogar theologische Studien zu erleichtern, KI bietet Möglichkeiten, die auch für religiöse Organisationen von großem Nutzen sein können.

Die beiden vorherigen Absätze wurden beispielhaft ausschließlich mit ChatGPT, basierend auf einem ganz kurzen thematischen Briefing verfasst (die weiteren Elemente dieses Textes stammen bis auf Teile des Fazits aber komplett vom Verfasser selber). Sie stellen letztlich die Frage, welche Bedeutung KI in kirchlichen Kontexten jetzt schon hat und künftig haben könnte. Der vorliegende Beitrag will dies anhand einer aktuellen empirischen Studie untersuchen und dabei aber auch darüber hinaus nach der generellen Bedeutung digitaler Kommunikation und Tools bei Kirchenmitgliedern und -mitarbeitenden fragen.

Datengrundlage

Die aktuellen Daten im vorliegenden Beitrag basieren auf einer eigenen aktuellen Erhebung des

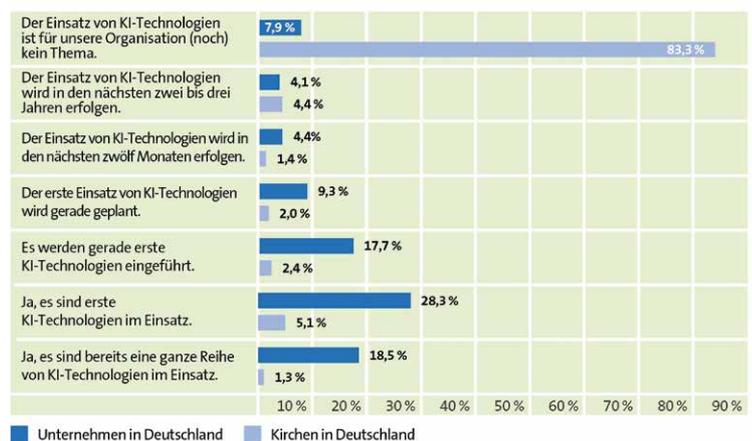
Autors. Die gewählte Methodik beruht auf einer quantitativ-standardisierten Befragung. Sie wurde von Februar bis August 2023 von der Hochschule Macromedia in Kooperation und mit finanzieller Unterstützung des Versicherers im Raum der Kirchen (VRK) durchgeführt. Die Studie richtete sich gleichermaßen an Mitglieder wie Mitarbeitende aller christlicher Kirchen in Deutschland. Insgesamt nahmen 5.365 Personen komplett teil.

Um diese sehr heterogene und nirgendwo einheitlich als Datensatz oder Sample vorhandene Zielgruppe zu erreichen, wurde auf zwei Wegen vorgegangen: Einerseits wurden in Kooperation mit diversen Landeskirchen, Bistümern und anderen kirchlichen Einrichtungen über deren Verteiler sowie über eigene Presse- und Medienarbeit seitens der Projektpartner VRK und Hochschule Macromedia Links zur Befragung aktiv verbreitet. Andererseits wurden rund 40.000 Kund:innen des VRK angeschrieben.

Die meisten Befragten sind weiblich (53,7 Prozent), zwischen 50 und 59 Jahren alt (32,5 Prozent) und haben ein abgeschlossenes (Fach-) Hochschulstudium als höchsten Bildungsabschluss (52,7 Prozent). 86,2 Prozent sind Mitglieder einer christlichen Kirche in Deutschland (die übrigen sind vor allem Mitarbeitende kirchlicher Einrichtungen, die keine Kirchenmitglieder sind), davon wieder 59,8 Prozent evangelisch und 33,2 Prozent römisch-katholisch. Von der Gesamtzahl der Befragten wiederum arbeiten 52,3 Prozent hauptberuflich in einer kirchlichen Einrichtung, womit verfasste Kirche ebenso gemeint ist wie etwa Caritas oder Diakonie.

KI bietet zahlreiche, vielfältige Möglichkeiten, die auch für religiöse Organisationen von großem Nutzen sein können.

Sind in Ihrer Organisation Technologien der künstlichen Intelligenz (KI) im Einsatz?



Quelle: VRK/Macromedia-Studie (DIRK 2023); Kirchenmitarbeiter:innen in Deutschland, n=1.419 & IDG-Studie, 2021

In dem zuletzt erwähnten Teilsample der Kirchenmitarbeitenden wiederum gibt es einen gewissen männlichen Überhang (59,1 Prozent), eine Dominanz der 50- bis 59-Jährigen (33,1 Prozent) und einen noch höheren Studienabschlusswert (54,7 Prozent). Die am stärksten vertretenen Berufsgruppen sind die Verwaltungsangestellten (19,3 Prozent), Pfarrpersonen (17,9 Prozent), Erziehungsfachkräfte (7,9 Prozent), Sozialpädagogisch-Tätige (7,8 Prozent) sowie Krankenpflegende (6,1 Prozent). Aufgrund der beschriebenen Vorgehensweise ist die Studie nicht vollständig repräsentativ, liefert aber angesichts der hohen Anzahl an Befragten und der Verbreitung ausschließlich im kirchlichen Binnenbereich spannende aktuelle Einblicke.

KI als (Nicht-)Thema

Als einen Teilaspekt hat die Studie bei den Kirchenmitarbeitenden im August 2023 gefragt, inwieweit in deren jeweiligen Organisationen Technologien künstlicher Intelligenz bereits im Einsatz seien. Nur 1,3 Prozent der Befragten gaben dabei an, dass bereits eine ganze Reihe entsprechender Lösungen genutzt würden; immerhin bei 5,1 Prozent galt dies zumindest für allererste KI-Tools. Beim Blick in die Zukunft des Einsatzes von KI-Technologien gaben 2,0 Prozent an, dass dies gerade geplant würde, 1,4 Prozent rechneten damit innerhalb der nächsten 12 Monate und 4,4 Prozent im Rahmen der nächsten zwei bis drei Jahre.

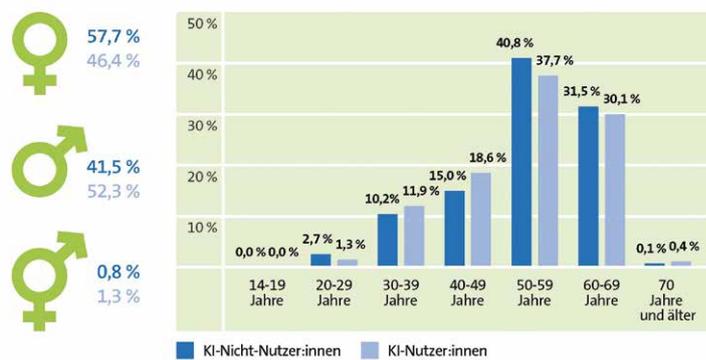
Die mit weitem Abstand größte Zustimmung findet unter den Befragten jedoch die Aussage „Der Einsatz von KI-Technologien ist für unsere Organisation (noch) kein Thema“: Ganze 83,3 Prozent der befragten Kirchenmitarbeitenden stimmen hierzu. Dies ist insofern ein wenig schockierend, als dass bei einer vergleichbaren Umfrage, die zudem zwei Jahre zuvor stattfand, nur 7,9 Prozent der „normalen“ deutschen Unternehmen ein solches negatives Statement ausgewählt hatten. Die Beschäftigung mit KI in kirchlichen Einrichtungen liegt somit bei nur einem Zehntel dessen, was die Breite deutscher Unternehmen plant und tut.

Schaut man sich die aktuelle Entwicklung der Kirchenmitgliedschaft und damit zumindest mittelfristig auch verbunden diejenigen der kirchlichen Organisationen nicht nur in Deutschland an, so erscheint eine solche extrem reservierte Haltung zumindest der Diskussion wert: Gerade im Hinblick auf administrative Aufgaben (in einer sich in der personellen Reduktion befindlichen Verwaltung) oder auch auf kommunikative Herausforderungen (in einer in der Breite mit immer weniger Ressourcen ausgestatteten kirchlichen Kommunikation) würde KI-Einsatz vielerlei zukunftsfähige (Teil-)Lösungsansätze bieten.

Demographie von KI-Aussagen

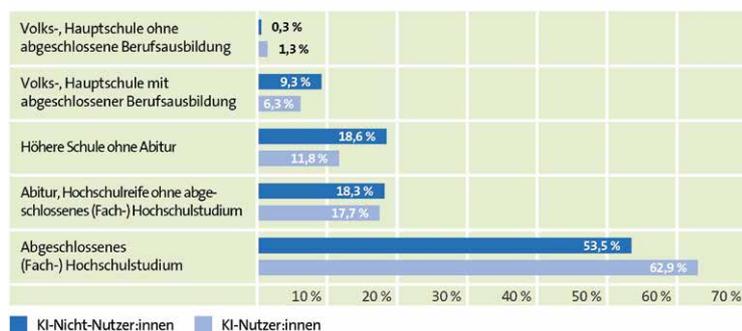
Interessant in diesem Zusammenhang ist ferner, sich bei den Befragungsdaten die demographischen und weiteren Merkmale der KI-Nicht-Nutzenden und -Nicht-Planenden (also derjenigen, die „kein Thema“ ausgewählt hatten) im Verhältnis zu den Werten für die KI-Nutzenden und -Planenden (also aller anderen) anzuschauen.

Demographische Grunddaten von kirchlichen KI-(Nicht-)Nutzenden (1)

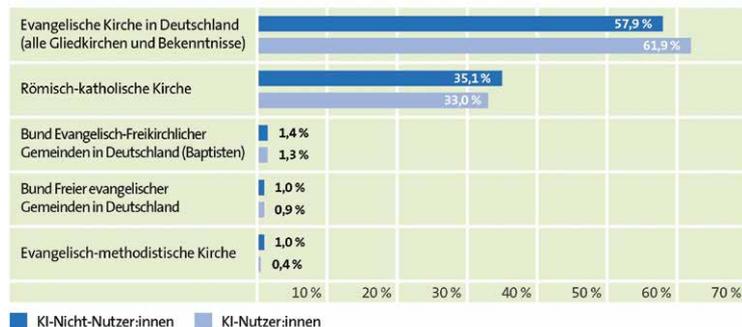
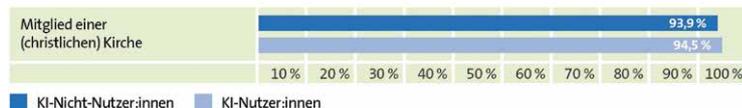


Quelle: VRK/Macromedia-Studie, 2023; Kirchenmitarbeiter:innen und -mitglieder in Deutschland. Geschlecht n=237 & 1.182; Alter n=236 & 1.179; Bildung n=237 & 1.178; Kirchenmitglied n=237 & 1.182; Konfession n=223 1.107

Demographische Grunddaten von kirchlichen KI-(Nicht-)Nutzenden (2)



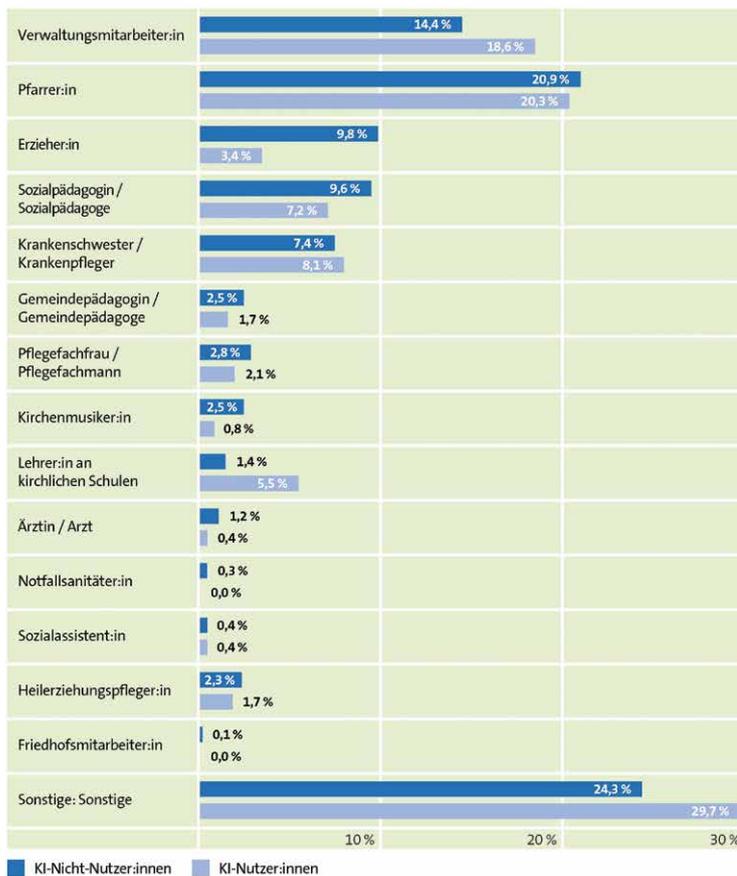
Quelle: VRK/Macromedia-Studie, 2023; Kirchenmitarbeiter:innen und -mitglieder in Deutschland. Geschlecht n=237 & 1.182; Alter n=236 & 1.179; Bildung n=237 & 1.178; Kirchenmitglied n=237 & 1.182; Konfession n=223 1.107



KI-Nutzende zeigen sich dabei als eher männlich (52,3 Prozent), eher etwas jünger (18,6 zu 15 Prozent in der Altersgruppe 40–49 Jahre), mit einem eher höheren Bildungsabschluss (62,9 zu 53,5 Prozent Hochschulstudium) und eher evangelisch (61,9 zu 57,9 Prozent in unserem Sample). Als Berufsgruppen sind Verwaltungsmitarbeitende (18,6 Prozent), Krankenpflegende (8,1 Prozent) und Lehrende an kirchlichen Schulen (5,5 Prozent) besonders stark vertreten. Medial sind KI-Nutzende zudem stärker an zentralen kirchlichen Medien interessiert als KI-Nicht-Nutzende (z. B. Internetseite der Landeskirche oder des Bistums mit 45,2 statt 40,8 Prozent).

Bei den KI-Nicht-Nutzenden und -Nicht-Planenden sind die Grundwerte entsprechend umgekehrt: Ein etwas höherer Frauenanteil (57,7 Prozent), eher etwas älter (40,8 zu 37,7 Prozent in der Altersgruppe 50–59 Jahre), mit etwas

In welchem kirchlichen und/oder sozialen Bereich sind Sie tätig?



Quelle: VRK/Macromedia-Studie (DIRK 2023); Kirchenmitarbeiter:innen in Deutschland, n = 236 & 1.179

geringer formaler Bildung (z. B. 18,6 zu 11,8 Prozent Abitur als höchster erreichter Abschluss) und eher katholisch (35,1 zu 33 Prozent in der Stichprobe). Eine relativ besonders starke Berufsgruppe in diesem Kontext sind Erziehende (9,8 Prozent) und Sozialpädagogisch-Tätige (9,4 Prozent). KI-Nicht-Nutzende vermeiden auch häufiger Weiterbildungen zu Digitalthemen, obwohl diese im Job hilfreich wären (z. B. Bedienung von Anwendungsprogrammen mit 31,9 zu 24,2 Prozent).

Bei Pfarrpersonen stellt sich hingegen ein sehr ausgewogenes Bild von Befürwortenden und Skeptisch-Beobachtenden in Bezug auf KI dar: 20,3 Prozent der KI-Nutzenden sind Pfarrer, aber fast genauso 20,6 Prozent der KI-Nichtnutzenden. Diese Ergebnisse können kirchlichen Einrichtungen helfen, KI-Pilotversuche und -Einführungen vielleicht vor allem bei solchen Personengruppen vorzunehmen, die dem Thema tendenziell offenbar positiver gegenüberstehen.

Keine Verwunderung

Dennoch kann ein solches Ergebnis, wie oben für KI skizziert, alle Personen, die sich generell im Bereich der digitalen Kommunikation im kirchlichen Umfeld auskennen, möglicherweise in der Deutlichkeit, keinesfalls aber in der sehr skeptischen Tendenz erstaunen. Dies zeigen – aus derselben Studie und ebenfalls befragt bei

Kirchenmitarbeitenden – die Einstellungen zur Bedeutung sozialer Medien in der externen Kommunikation.

Fragt man im kirchlichen Kontext nach der Rolle, die soziale Medien (also Anwendungen wie Facebook, Instagram, WhatsApp etc.) in der externen Kommunikation im bisherigen Arbeitsalltag der eigenen Einrichtung spielen, erhält man ernüchternde Befunde. Der größte Balken ist mit 36,4 Prozent die Angabe „sehr gering“. Die beiden positiven Werte „groß“ und „sehr groß“ (die sogenannte „TopBox“) kommen hingegen gemeinsam nur auf 29,5 Prozent.

Vergleicht man auch diese Ergebnisse mit denen für Unternehmen insgesamt, so bewegen sich die kirchlichen Zahlen in etwa auf dem Niveau der Firmenwerte von 2013 (damals bildeten 32,7 Prozent die TopBox; 2022 waren es 64,3 Prozent). Zugespitzt formuliert: Der Einsatz sozialer Medien in der externen Kommunikation hinkt im Raum der Kirchen ziemlich genau ein Jahrzehnt hinter dem bei privatwirtschaftlichen Einrichtungen hinterher.

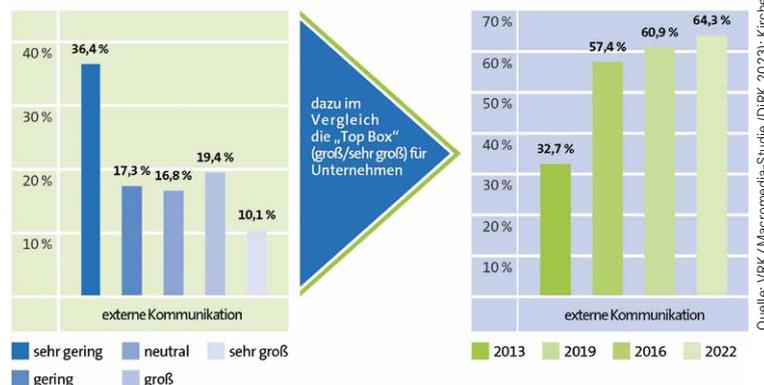
Institution ≠ Person

Doch so sehr Kirche in Deutschland als Institutionen an vielen Stellen digitalen Entwicklungen wie etwa KI oder Social Media nur mit großem Abstand folgt (und das gilt für beide Konfessionen, wenngleich mit gewissen Unterschieden!), so wenig ist dies für die Kirchenmitglieder und -mitarbeitenden insgesamt als Personen der Fall.

Dies zeigen andere, allgemeine Ergebnisse der Studie: So nutzen 48,9 Prozent der Befragten das Internet 1–3 Stunden am Tag, 22,5 Prozent bis zu fünf Stunden und 17,0 Prozent sogar sechs und mehr Stunden; die gedruckte Tageszeitung hingegen wird bereits von 53,5 Prozent gar nicht mehr gelesen. Interessant ist, dass im Vorlauf zur Gesamtbevölkerung die christliche Klientel bei Social Media-Kanälen bereits Instagram (58,4 Prozent) gegenüber Facebook (52,6 Prozent) bevorzugt. Vieles davon gilt dabei auch bis ins hohe Alter.

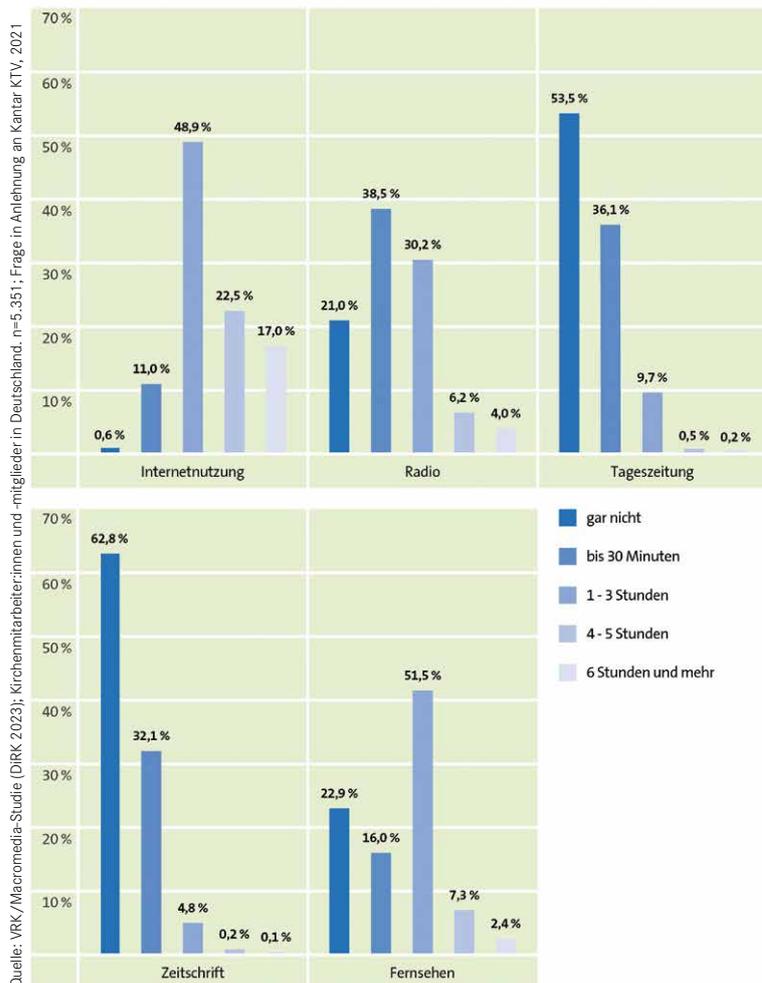
Bei Kirchenmitgliedern wird religiös vor allem die Internetseite der eigenen Kirchen- oder Pfarrgemeinde genutzt (46,6 Prozent); die Angebote desselben Trägers in sozialen Medien wie Facebook finden hingegen nur etwa halb so viel Beachtung (22,5 Prozent). Online-Gottesdienste werden auch

Welche Rolle spielen soziale Medien (Anwendungen wie z. B. Facebook, WhatsApp oder Yammer) im bisherigen Arbeitsalltag Ihres Unternehmens?

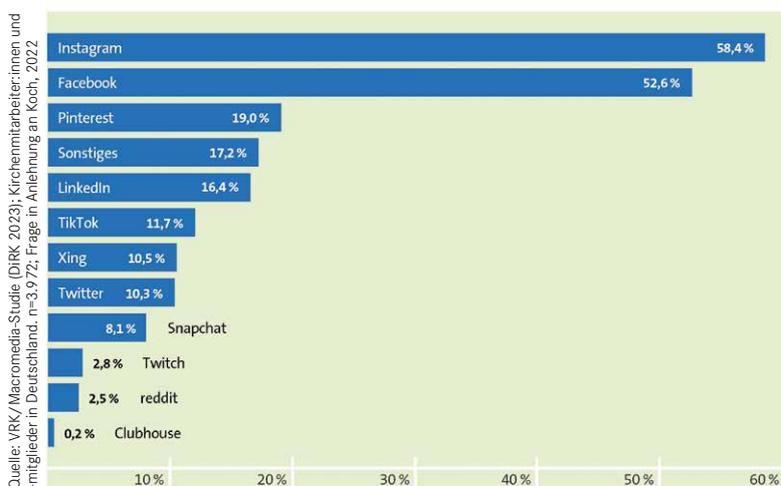


Quelle: VRK/Macromedia-Studie (DIRK 2023); Kirchenmitarbeiter:innen in Deutschland, Extern n = 2.759; intern GLEICH n = 2.745; intern UNTER, n = 2742; Frage in Anlehnung an Sievert et al., 2022

An einem typischen Tag in den letzten Wochen: Wie lange sind Sie folgenden Tätigkeiten nachgegangen?



Welche Social-Media Plattform nutzen Sie mindestens einmal wöchentlich? (Mehrfachnennung möglich)



nach der Corona-Zeit weiterhin deutlich (56,2 Prozent) als Angebot gewünscht. Immerhin jedes fünfte Kirchenmitglied (19,6 Prozent) folgt bereits einem christlichen Influencer oder einer christlichen Influencerin – mehr als die Hälfte davon, weil man die Person als „authentisch im Glauben“ empfindet (10,1 Prozent).

Fazit und Ausblick

Da in diesem Text von KI und deren Akzeptanz die Rede war, sei zum Schluss thematisch passend noch einmal ChatGPT wie angekündigt auch für die Zusammenfassung genutzt, diesmal ein wenig stärker redigiert: Die vorliegende empirische Studie zeigt, dass nur eine geringe Anzahl von Mitarbeitenden in kirchlichen Einrichtungen den Einsatz von KI als aktuelles oder zukünftiges Thema betrachtet. Diese Zurückhaltung steht im Kontrast zur breiteren Unternehmenslandschaft, die bereits weitreichendere Pläne zur Implementierung von KI verfolgt.

Die demografische Analyse der Studie zeigt interessante Unterschiede zwischen denjenigen, die KI nutzen oder planen und denen, die das Thema als irrelevant betrachten. KI-Nutzende sind tendenziell eher männlich, jünger, höher gebildet und häufiger evangelisch und aus speziellen Berufsgruppen. Diese Ergebnisse können kirchlichen Einrichtungen helfen, zielgerichtete Strategien für die Einführung von KI zu entwickeln, insbesondere bei Personengruppen, die dem Thema positiver gegenüberstehen.

Die zurückhaltende Haltung kirchlicher Organisationen gegenüber KI steht auch im Zusammenhang mit anderen digitalen Entwicklungen. Die Nutzung sozialer Medien in der externen Kommunikation der Kirchen beispielsweise bleibt im Vergleich zu anderen Organisationen deutlich hinterher. Dieser Befund verdeutlicht, dass institutionelle Zurückhaltung nicht notwendigerweise die Haltung der Kirchenmitglieder und -mitarbeitenden als Einzelpersonen widerspiegelt. Tatsächlich zeigt die Studie, dass Kirchenmitglieder digitale Medien aktiv nutzen, insbesondere für den Zugang zu kirchlichen Inhalten und Gemeinschaftserlebnissen.

In Anbetracht dieser Ergebnisse stellt sich die Frage, wie kirchliche Einrichtungen ihre digitale Präsenz verbessern und die Potenziale von KI und anderen digitalen Technologien voll ausschöpfen können. Es bedarf einer strategischen Herangehensweise, die die Bedürfnisse und Interessen der Kirchenmitglieder berücksichtigt und gleichzeitig die ethischen und theologischen Dimensionen des Einsatzes von KI reflektiert. Durch eine offene Diskussion und gezielte Schulungen können kirchliche Organisationen ihre Mitarbeitenden befähigen, digitale Werkzeuge effektiv einzusetzen und die Mission der Kirchen in einer zunehmend digitalen Welt zu unterstützen. ■



Teile der Veranstaltung haben wir auch als Video und Podcast für Sie dokumentiert, die Sie alle in der Mediathek unserer Website finden. In der Online-Ausgabe führt Sie [dieser Link](#) direkt zur Mediathek.

Durch eine offene Diskussion können kirchliche Organisationen ihre Mitarbeitenden befähigen, die Mission der Kirchen in einer zunehmend digitalen Welt zu unterstützen.