

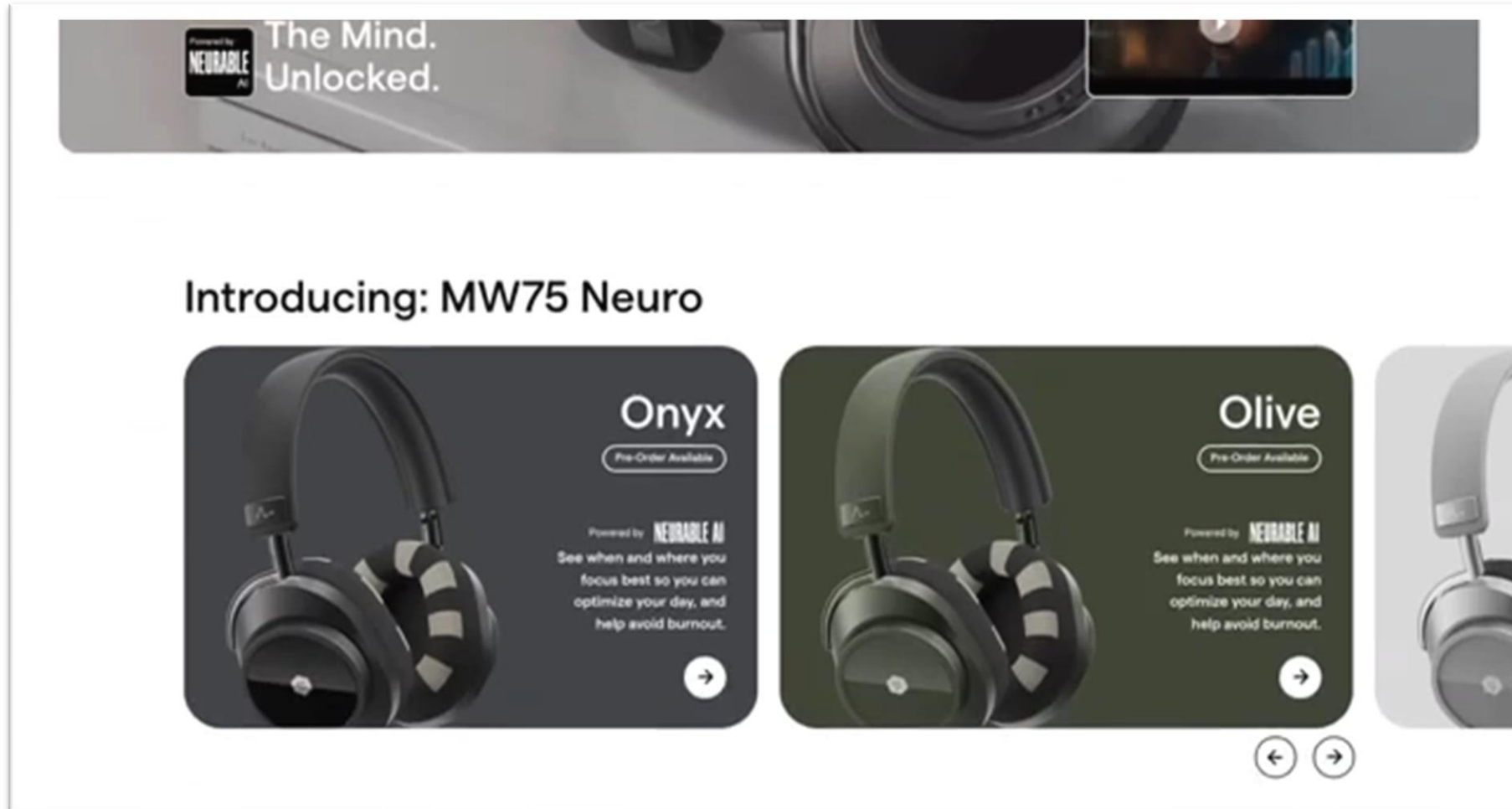


AKADEMISCHE GESELLSCHAFT  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

# Neurotechnologien: Was kommt auf die Unternehmenskommunikation zu?

Michelle Wloka, Ansgar Zerfaß – Science Update #2, Leverkusen, 22.11.2024

# Neurotechnologien – Zugang zu Körper und Geist



Powered by **NEURABLE AI** The Mind. Unlocked.

## Introducing: MW75 Neuro

**Onyx**  
Pre-Order Available

Powered by **NEURABLE AI**  
See when and where you focus best so you can optimize your day, and help avoid burnout.

**Olive**  
Pre-Order Available

Powered by **NEURABLE AI**  
See when and where you focus best so you can optimize your day, and help avoid burnout.

← →

Video: Extracts from Dr. Cody, Brainwave decoding: A revolution in Neuroscience, <https://www.youtube.com/watch?v=UBpXKzU6p9w>

# Was genau sind Neurotechnologien?

»The field of devices and procedures used to **access, monitor, investigate, assess, manipulate, and/or emulate** the structure and function of the neural systems of animals or human beings. « UNESCO, 2021

## ACCESS

Informationen zu kognitiven und emotionalen Zuständen

## MONITOR

Überwachen von kognitiven und emotionalen Zuständen

## INVESTIGATE

Informationen zu Präferenzen



## ASSESS

Bewerten von kognitiven und emotionalen Zuständen

## MANIPULATE

Verbesserung der kognitiven Funktionen

## EMULATE

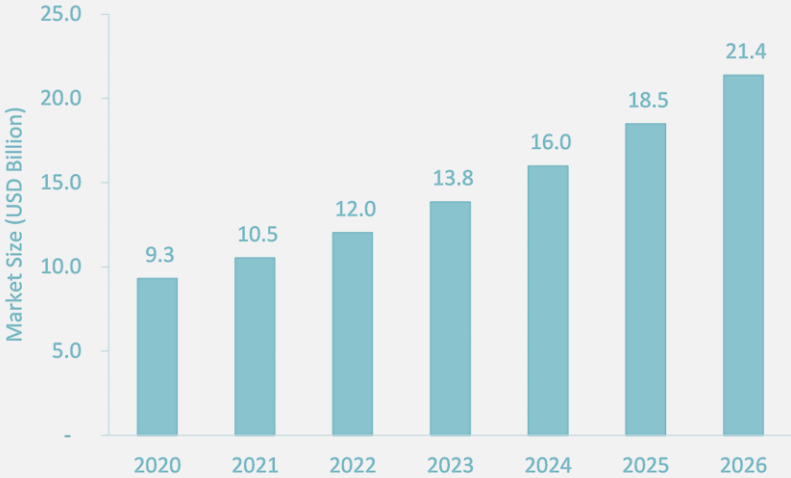
Simulation kognitiver und emotionaler Reaktionen

# Neurotechnologische Geräte

## Beispiele für Wearables



## Marktentwicklung Neurotechnologien

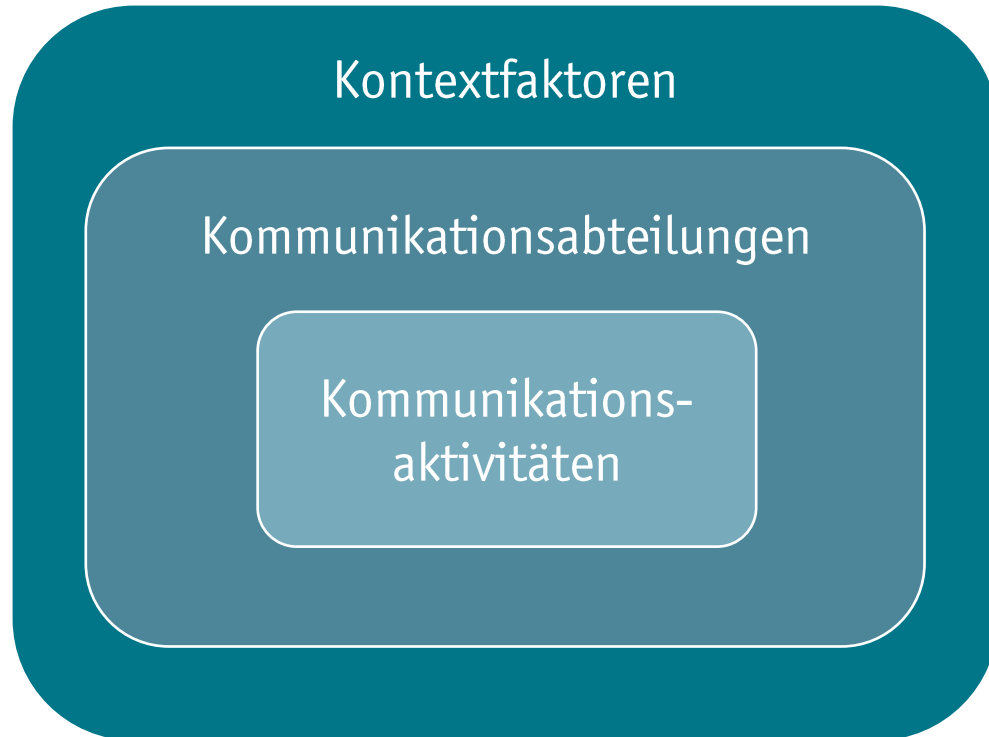


© Stratview Research

## Preispanne Wearables



# Fragestellungen für Kommunikationsverantwortliche



Welche gesellschaftlichen, technologischen und organisatorischen Herausforderungen liegen vor?

Welche Möglichkeiten ergeben sich für das Management von Kommunikationsabteilungen?

Welche Möglichkeiten ergeben sich für die Kommunikation mit Stakeholdern?

# Potential für die Kommunikation mit Stakeholdern

Leistung von Neurotechnologien	Management von Kommunikationsaktivitäten			
	Analyse	Planung	Ausführung	Evaluation
Erfassen von kognitiven und emotionalen Zuständen	x	x		x
Überwachen von kognitiven und emotionalen Zuständen			x	x
Identifizieren von Präferenzen	x	x		x
Bewerten von kognitiven und emotionalen Zuständen			x	x
Verbessern von kognitiven Funktionen			x	
Simulieren kognitiver und emotionaler Reaktionen		x		

# Anwendungsszenarien für Kommunikationsaktivitäten



## Kommunikationsstrategien

Welche Reaktionen und welches Engagement werden auf Inhalte und Plattformen gezeigt? Wie stark ist die emotionale Bindung an eine Marke?



## Zielgruppenanalyse

Wie reagieren bestimmte Zielgruppen auf bestimmte Botschaften? Wie können Engagement und Informationsaufnahme verbessert werden?



## Event-Erfahrungen

Können immersivere Erlebnisse geschaffen werden? Wie sind Stimmung und Engagement der Rezipienten? Wie kann live oder beim nächsten Event nachgesteuert werden?

# Potential für Kommunikationsabteilungen

Leistung von Neurotechnologien	Management von Kommunikationsabteilungen			
	Menschen	Strukturen	Aufgaben	Technologien
Erfassen von kognitiven und emotionalen Zuständen	x	x	x	x
Überwachen von kognitiven und emotionalen Zuständen	x		x	x
Identifizieren von Präferenzen		x	x	x
Bewerten von kognitiven und emotionalen Zuständen	x		x	
Verbessern der kognitiven Funktionen	x			
Simulieren kognitiver und emotionaler Reaktionen		x	x	x

# Anwendungsszenarien für Kommunikationsabteilungen



## Arbeitsstrukturen

Wie kann die Nutzung von Technologien im Team optimiert werden? Welche Strukturen und Formate passen am besten zu einzelnen Menschen?



## Führungstraining & Weiterbildung

Wie können die nonverbale Kommunikation und der Umgangston angepasst werden, um authentisch und glaubwürdig zu wirken? Wie kann Weiterbildung effektiver werden?



## Leistungsfähigkeit

Wie hoch ist das Konzentrations- und Stresslevel? Wie kann die Aufgabenverteilung optimiert werden? Wann ist man in der Lage, Entscheidungen zu treffen?

# Kontextfaktoren

## Gesellschaftlich



Geistige Integrität und Menschenwürde

Persönliche Identität

Autonomie

Geistige Privatsphäre

## Technologisch



Hardware

Software

Genauigkeit/Aussagekraft

## Organisatorisch



Kosten

Zeitaufwand

Freiwilligkeit

Datenschutz

Verständnis/Akzeptanz



**AKADEMISCHE GESELLSCHAFT**  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

# Workshop

15-minütige Diskussion in zwei Gruppen  
Anschließend gemeinsame Ergebnispräsentation

# Workshop-Arbeitsauftrag: Zukunft von Neurotechnologien in der Unternehmenskommunikation



## Gruppe 1: Innovators

Brainstormt und entwickelt Ideen für zukünftige **Einsatzmöglichkeiten**.

Denkt sowohl **realistisch** als auch **futuristisch**:

Wie könnten Neurotechnologien den Arbeitsalltag in Kommunikationsabteilungen und die Kommunikation mit Stakeholdern verändern?



## Gruppe 2: Devil's Advocate

Analysiert die kritischsten **Herausforderungen** und **Risiken** und hinterfragt die **Sinnhaftigkeit** des Einsatzes von Neurotechnologien.

Welche ethischen, rechtlichen und praktischen Bedenken sind zu beachten?



**AKADEMISCHE GESELLSCHAFT**  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

# Vielen Dank!

## Kontakt

**DR. MICHELLE WLOKA**

Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Universität Leipzig  
[michelle.wloka@uni-leipzig.de](mailto:michelle.wloka@uni-leipzig.de)  
[www.akademische-gesellschaft.com](http://www.akademische-gesellschaft.com)

**PROF. DR. ANSGAR ZERFAß**

Professor für Strategische Kommunikation  
Universität Leipzig  
[zerfass@uni-leipzig.de](mailto:zerfass@uni-leipzig.de)  
[www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de)