



nuwacom

WIE JOURNALISMUS UND PR SICH BIS 2030 ÄNDERN WERDEN

Traumpaar statt Alptraum: Medien und KI

E-BOOK · NOVEMBER 2024

nuwacom

Editorial

Die Medienwelt steht vor einem neuen Kapitel. Ebenso wie die Digitalisierung den Journalismus verändert hat, wird auch die generative Künstliche Intelligenz (KI) eine große Veränderung verursachen. Diese Technologie verändert, wie Inhalte erstellt, verbreitet und konsumiert werden.



Sascha Böhr
Co-Founder & CEO
nuwacom GmbH

KI kann den Umgang mit Wissen revolutionieren. Sie ist ein kreatives Werkzeug, fördert aber auch Produktivität und Innovation. Es gilt, KI sinnvoll zu nutzen und Herausforderungen wie Vertrauen und Qualität zu meistern.

Generative KI steigert Qualität und Effizienz. Sie verbessert nicht nur die Content-Erstellung, sondern auch Prozesse. Der Wert von KI liegt in der Verbindung von menschlicher Kreativität mit maschineller Effizienz. Sie ermöglicht einen neuen, personalisierten Ansatz im Journalismus.

Dieses eBook erkundet den Stand und die Zukunft der Medienwelt. Es zeigt, wie Redaktionen KI nutzen können, um Aufgaben effizient zu gestalten und Inhalte zu personalisieren. Dazu haben wir einen Experten gewinnen können, der lange Zeit selbst Redaktionen in die Digitale Transformation mitgenommen hat: den Chefredakteur a.D. der Rhein-Zeitung Christian Lindner. Er hat zweimal 14 Thesen zum Status quo und zur Zukunft seiner Branche formuliert, die Grundlage für unsere Fragestellungen im eBook sind.

KI ersetzt den Menschen nicht, sondern unterstützt ihn. Sie automatisiert Routinen und schafft Raum für kreativen Journalismus. Medienschaffende sollten den Wandel als Chance sehen, ihre Arbeitsweise zu hinterfragen und die Zusammenarbeit zwischen Mensch und Maschine zu optimieren.

Die Redaktion von morgen nutzt Daten intelligent und steigert den Mehrwert für Leser durch die Zusammenarbeit mit KI. Der Fokus liegt auf der Wertschöpfung durch KI, um Effizienz und Qualität zu erhöhen.

Ich möchte Sie dazu ermutigen, die folgenden Seiten zu lesen, um zu erfahren, wie generative KI im Journalismus genutzt werden kann.

Viel Vergnügen beim Lesen.

Ihr

Sascha Böhr

Sascha Böhr

Inhaltsverzeichnis

1	EDITORIAL	3
2	ZWEIMAL 14 THESEN ZUR LAGE DER MEDIEN UND NEWSROOMS 2024 UND 2030	6
	Die Lage 2024	6
	Die Lage 2030	8
3	AI, KOLLEGE!	10
	<i>Hilfreiches redaktionelles Werkzeug</i>	10
	<i>Mehr oder weniger Fake News?</i>	11
	<i>KI = Kuratierte Information?</i>	12
	<i>Mehr Fortbildung, höhere Qualität</i>	12
	<i>Wer haftet bei Halluzinationen?</i>	12
	<i>Künstliche Intelligenz zwingt uns, klüger werden zu müssen</i>	12
4	ROLLEN, AUFGABEN UND PROZESSE ÄNDERN SICH	13
4.1	Klassische Intelligenz	13
4.2	Klassische Aufgaben	14
4.3	Auswirkungen Generativer KI	15
4.4	Themenarchitekturen und Redaktionsplanung	16
	<i>Message Triangle</i>	17
	<i>Themenpyramide</i>	17
	<i>Themenarchitektur von Scompler</i>	17
	<i>Konkrete Themenplanung</i>	19
	<i>Redaktionsplanung</i>	19
4.5	Brand Voice	21
	<i>Elemente der Brand Voice</i>	21
	<i>Best Practices</i>	22
	<i>Trends und Entwicklungen</i>	22
	<i>nuwacom sichert die Brand Voice</i>	23
5	PROMPTEN FÜR DIE REDAKTION	24
5.1	Einleitung	24
5.2	Szenarien für KI in der Redaktion	25
	<i>Nachrichtenproduktion</i>	26
	<i>Recherche und Datenanalyse</i>	26
	<i>Personalisierte Inhalte</i>	28

	Übersetzung und Lokalisierung	28
	Content-Optimierung	29
6	PROMPT-FRAMEWORKS	30
6.1	Wie sieht ein perfekter Prompt aus?	30
	<i>Klarheit und Spezifität</i>	30
	<i>Kontext und Hintergrund</i>	30
	<i>Rolle und Blickwinkel</i>	30
	<i>Ziel und Zweck</i>	31
	<i>Struktur und Gliederung</i>	31
	<i>Einschränken und Ausschließen</i>	31
	<i>Überarbeiten und Verfeinern</i>	31
6.2	Prompt-Frameworks	32
6.3	nuwacom-Prompts	34
	STAR-Prompt	34
	ZIEL-Prompt	36
6.4	Checkliste für gute Prompts	37
6.5	Systemprompts zur Erstellung von Prompts	43
	<i>Beispielprompt: Prompt Engineer</i>	43
	<i>Beispielprompt: Expertenwissen</i>	44
	<i>Beispielprompt: Reiseblogger</i>	45
6.6	Prompten wird unnötig	47
7	ASSISTENTEN FÜR BESSERE UNTERNEHMENSORGANISATION	48
7.1	Assistenten für adäquateren Kunden-Informationen	50
	<i>Assistent für leichte Sprache für Behörden</i>	50
	<i>Fakten-Check-Assistent</i>	52
	<i>Assistent für LinkedIn-Posts</i>	53
	<i>Assistent für Suchmaschinen-Optimierung</i>	54
	<i>Assistent für aktuelle FAQ im Krisenfall</i>	55
7.2	Assistenten für bessere Unternehmensführung	57
	<i>Klügere Entscheidungen treffen</i>	57
	<i>Zukunftsvisionen mit Assistenten</i>	58
7.3	Strategie-Assistenten für Newsrooms	61
7.4	Herz, Hirn und Temperament	63
7.5	Ausblick mit Agenten und AGI	66
	<i>KI-Assistenten</i>	66
	<i>KI-Agenten</i>	67
	<i>AGI (Artificial General Intelligence)</i>	67
	<i>Einsatzmöglichkeiten in Newsrooms und Redaktionen</i>	68
	<i>Herausforderungen und ethische Überlegungen</i>	68
8	FAZIT	69

2. Zweimal 14 Thesen zur Lage der Medien und Newsrooms 2024 und 2030

Dass Medien sich wandeln, ist eine Binsenweisheit. Dass sich die Redaktionen, Medienhäuser und alle Abteilungen, die Unternehmenskommunikation betreiben, mitwandeln, ebenfalls. Oder etwa doch nicht? Sind Medienschaffende skeptisch und zurückhaltend – oder innovativ und Treiber dieses Wandels?

Christian Lindner hat Jahrzehnte Erfahrung im Journalismus und Redaktionsmanagement. Er war Digitalchef und Chefredakteur, stand immer für die Offenheit für neue Herausforderungen. Er kennt die Anforderungen an Redaktionen, Verlage und Medienschaffende, die die Digitalisierung seit 25 Jahren stellt. Nun kommt Generative Künstliche Intelligenz hinzu – und das wirft grundlegende Fragen auf:

- Wo stehen die Redaktionen heute und welche Herausforderungen müssen sie in den kommenden fünf Jahren meistern?
- Wie verändern sich Aufgaben und Rollen, Ausbildungen und Zuständigkeiten?
- Was macht die KI in einer Redaktion und die Redaktion mit der KI?

Christian Lindner nähert sich diesen Fragen in zweimal 14 Thesen. Zuerst blickt der Medienprofi auf die aktuelle Lage heute. Dann schaut Lindner fünf Jahre in die Zukunft.

Die Lage 2024

1

Die Redaktionen der Medien stehen unter Druck: Sie müssen immer mehr Kanäle bedienen, immer mehr Formate generieren, immer mehr und immer schneller Veröffentlichungen stemmen. Das erhöht die Zwänge und steigert die Belastungen für die Newsrooms insgesamt ebenso wie für die für sie arbeitenden Journalisten.

2

Am Markt wie Unternehmens- und Sender-intern wachsen die Anforderungen an das Publierte. Beispiele: 24/7 reaktionsfähig sein; Themen nach User Needs definieren und realisieren. Zugleich dünnen Schichtdienste die Netto-Besetzung der Redaktionen problematisch aus.

3

Die Umsätze aus dem Printsektor werden weiter sinken. Daraus resultieren weitere Sparzwänge und/oder Investitions-Bremsen in den Verlagen. Sie erschweren eine personelle Ausstattung der Redaktionen, die deren wachsenden Aufgaben gerecht wird. Auch in den Öffentlich-rechtlichen Sendern regieren Sparzwänge, die Wünsche und Anforderungen konterkarieren.

4

Immer mehr Redaktionen haben beim Personal auch in punkto Qualität Probleme. Wegen deutlich weniger Bewerbungen haben die Verlage die einst hohen Ansprüche bei der Auswahl des Nachwuchses spürbar gesenkt. Seltener als geboten können junge Journalisten homogen reifen, zu oft werden sie früh und faktisch oft allein im Dienst an die Fronten des Digitalen geworfen. Der Markt registriert ihre Überforderung; das Image der Medien leidet auch deshalb.

5

In den Online-Redaktionen wird fließbandartig, mit zu hoher Schlagzahl gearbeitet. Die Kluft zwischen der kargen Realität und den hohen Ansprüchen des Marktes sowie der Verlagsleitungen und Redaktionsmanager erzeugt eine täglich spürbare Spannung in den Newsrooms. Sie verschleißt die Channelmanager ebenso wie die Reporter. Gepaart mit der Frage nach den Perspektiven der Medien sorgt das für immer neue Abgänge von Journalisten in die PR und andere Berufsfelder.

6

Unverändert investieren Journalisten zu viel Zeit und Energie in das Generieren und Bearbeiten von Standardtexten. Auch Stoffe, die auf vielen anderen Kanälen zu finden sein werden, werden mit hohem Aufwand als Einzelstück realisiert. Selbst Texte, die absehbar kaum Leser finden, werden nach althergebrachten Gepflogenheiten ressourcenbindend realisiert. Das effiziente Neu-Nutzen von bereits publizierten Texten aus dem eigenen Haus gilt als verpönt.

7

Für Klicks und Lesetiefen sind Zeilen und Teaser von Texten entscheidend. Zeilen sind viel wichtiger als in Print geworden. Die Mehrzahl der Autoren und selbst viele Channelmanager tun sich jedoch schwer mit guten Zeilen und Teasern. Gleiches gilt für Zwischenzeilen und Sprungmarken. Die Digitalmedien vergeben damit viele Chancen: Gute Texte haben weniger Leser als verdient und eine niedrigere Durchlesequote als möglich.

8

Zeitgemäßes Wissensmanagement in Newsrooms ist die Ausnahme. Erworbenenes und vorhandenes Wissen ist verinselt und vereinzelt. Gut gepflegte und offensiv genutzte interne Wikis sind die Ausnahme. Die Redaktionen nutzen ihr eigenes Archiv-Gold nicht. Recherche beginnt deshalb zu oft bei Null. Vorhandenes Wissen ist nicht bekannt, verschüttet oder nicht leicht genug erschließbar. Stattdessen regiert reflexhaftes, zeitraubendes und ineffizientes Googeln.

9

Zu viele Newsrooms haben nur Journalisten in neuer Organisationsform gruppiert, anstatt zusätzlich zu Journalisten bewusst viele und auch neue Berufsfelder in Teams zu vereinen. Webentwickler, Datenanalysten und Conversionmanager etwa sind in Newsrooms gar nicht vertreten oder nur Randfiguren. Selbst in Onlineredaktionen fremdeln zu viele Journalisten mit technischen Themen und dem Vermarkten von Content.

10

Die Redaktionssysteme in den Newsrooms sind selten smart. In der Regel normieren und erschweren sie die Arbeit der Journalisten. Zu wenig geht einfach, zu vieles ist kompliziert. Etliche Redaktionssysteme hemmen die digitale Entwicklung, weil ihre DNA printgeprägt ist. Ein rein schematisches Anflanschen von KI-Lösungen an diese archaischen Systemwelten wird diese Spannung noch erhöhen.

11

Zu viele Redaktionen sehen KI lediglich als interessantes Tool, das in ihre gewohnte Arbeitsweise integriert wird. Die Zukunftsaufgabe KI wird an die raren Techies im Team delegiert.

13

Sollten die geplante Nutzung von KI zum Anlass für ein radikales Gedankenexperiment nutzen: Wie würden wir uns aufstellen und arbeiten, wenn wir unser Medium jetzt neu gründen würden – im Wissen um alle Möglichkeiten, die sich jetzt bieten?

12

Zu wenige Redaktionen realisieren, dass KI die Chance bietet, aber auch die Notwendigkeit beinhaltet, sich völlig neu aufzustellen.

14

Redaktionen, die KI klug nutzen wollen, sollten folgende Strategie realisieren: Für alle Standardprozesse muss der Aufwand mit und dank KI deutlich reduziert werden. Die dadurch freiwerdenden Ressourcen werden konsequent nur für Aufgaben investiert, die auf Kernziele einzahlen. Und auch dabei wird KI gezielt eingesetzt.

Die Lage 2030

1

Es ist normal geworden, dass User auch bei der Nutzung von Medieninhalten KI einsetzen – als effizientes Instrument bei der gezielten Suche oder als integriertes Tool von Suchmaschinen.

2

KI hat die Rolle und Relevanz von Medienportalen weiter geschwächt. Sie werden noch seltener direkt und regelmäßig angesteuert. Search dominiert; die Portale sind faktisch mehr zum Image-Instrument der Verlage und Sender geworden. Ihre erhoffte Rolle als Eingangstor zum umfangreichen Informationsangebot der Häuser hat sich immer mehr als internes Wunschdenken erwiesen.

3

Die KI hat faktisch die Rolle von Mediendiensten übernommen. Immer mehr User füttern KI-Tools mit ihren persönlichen Informationswünschen zu Themenfeldern und Regionen, die KI liefert ihnen den individuellen Informationsmix im gewünschten Rhythmus und in der gewünschten Tiefe.

4

KI ist für die Informationsbeschaffung einfach geworden. Einst expertig anmutende Prompts sind für den Normal-User zu einfachen Fragen im Siri-Stil geworden. Fragen wie „Was gibt es heute Neues aus dem Kreis NN?“ sind normal und werden von den Suchmaschinen umfassend beantwortet.

5

Suchmaschinen sind Finde- und Erklär-Dienste geworden. Gut lesbar und informativ formulierte Antworten auf die Fragen der User lösen immer mehr die langen Listen mit gefundenen Links ab. Diese neue Generation der Suchmaschinen konkurriert damit direkt mit den Medienportalen.

6 KI beeinflusst die Paid-Strategien der Medienhäuser massiv. Inhalte hinter den Paywalls werden im Originaltext oder über Zeilen, Teaser, SEO-Angaben, Social Media und Re-Postings durch User ausgelesen und distribuiert, ohne dass die Medienhäuser das in ihrem Sinne steuern oder gar kontrollieren können.

7 Reflektierende Medienorganisationen haben erkannt, dass das gedankenlose Verteilen von im Netz gefühlt überall verfügbaren Informationen weder wirtschaftlich Sinn macht noch auf ihren Markenkern einzahlt. Sie setzen stattdessen auf Inhalte, die nur sie so generieren können. Relevante Inhalte aus den Lebensumfeldern der User (Lebensinteressenszonen wie Städte, Stadtteile, Regionen oder Pendlerbezüge) sind immer wichtiger geworden.

8 KI hat den Trend verstärkt, dass reine Nachrichten zwar stark konsumiert werden, aber kaum vermarktbar sind. Einordnungen, Kommentierungen, Vertiefungen, Recherchen und Investigatives hingegen haben weiter an Bedeutung für Umsatz und Reputation der Medien gewonnen. Autoren mit klar definiertem Profil und offensiver Präsenz in Social Media sind für Medienmarken wichtiger denn je.

9 Starke Inhalte werden innerhalb der Medienbranche, aber auch durch User noch schneller und hemmungsloser geklont. Medien selbst setzen KI auch zur Auswertung ihrer Marktbegleiter ein; selbsternannte digitale Distributoren ebenfalls. Exklusivität ist noch schneller verflogen als früher; Medienhäuser und Autoren müssen von Weiterverbreitern massiver denn je einen gerechten Linkfrieden einfordern.

10 Gute Redaktionen haben sich dank KI völlig neu aufgestellt, statt nur ein paar KI-Tools an ihre überholten Strukturen anzufügsen – inhaltlich, organisatorisch, personell.

11 Dank KI verbreiten viele Redaktionen noch mehr Texte als früher. Der Long Tail ist noch länger geworden, teils gegen innere Überzeugung. Die gefühlt gewachsene Konkurrenzlage regiert. Die Redaktionen investieren aber deutlich weniger Energie in Standards. Gute Redaktionen lenken ihre Kraft in Inhalte, die nur sie so liefern können. Diese „Hebel-Inhalte“ haben die größten Effekte in puncto Wirtschaftlichkeit und Image.

12 In den Newsrooms guter Redaktionen arbeiten nun wirklich konsequent gemischte Teams statt überwiegend Journalisten. Spezialisten etwa für Optik, Multimedia und KI arbeiten maßgeblich mit statt nur zu.

13 Es ist Standard geworden, dass Redaktionen alle Überschriften, Teaser, Sprungmarken und Bildunterzeilen mit Hilfe von KI generieren oder optimieren. Gute Redaktionen nutzen für alle relevanten Texte eigens modifizierte KI mit Textchef-Qualitäten, die die jeweilige Stil-Farbe des Hauses geschmeidig und überzeugend umsetzt.

14 Redaktionen suchen ihr Personal anders als früher aus. Gut schreiben können ist keine Hauptqualifikation mehr. Es ist stattdessen wichtiger geworden, dass möglichst viele Kräfte in der Redaktion wissen, was ein guter Text und ein erfolgstreibender Inhalt ist und wie man ihn mit KI-Hilfe generiert oder optimiert. Die Redaktionen suchen und finden deshalb deutlich mehr technisch und fachlich orientierte Mitarbeiter als früher. Die Dominanz der studierten Geisteswissenschaftler in den Redaktionen geht zurück.

3. AI, Kollege!

Die Jahrtausendwende war eine kopernikanische: Die Digitalisierung hat eine Revolution hervorgerufen, die unsere natürliche analoge Welterfahrung um eine künstliche digitale erweitert hat. Der Zugang zu Informationen hat sich drastisch verändert.

Traditionelle Medienhäuser mussten sich anpassen und neue Geschäftsmodelle entwickeln, um im digitalen Zeitalter überleben zu können. Alle Zeitungen und Magazine haben Online-Plattformen aufgebaut, um mehr Leser zu erreichen und die Kosten für die Distribution ihrer Inhalte zu senken.

Nun steht die nächste große Veränderung bevor: die Integration von Generativer Künstlicher Intelligenz (KI). Generative KI ist in der Lage, selbstständig Texte zu verfassen, Bilder zu erstellen, Musik und Videos zu produzieren. Das wird den Journalismus, die Verlagsbranche und auch die PR erneut revolutionieren.

Hilfreiches redaktionelles Werkzeug

Zuerst einmal: Generative KI ermöglicht es uns erstmals, große Datenmengen in kürzester Zeit zu analysieren und daraus relevante Informationen extrahieren zu können. Die Möglichkeit, neue relevante Geschichten zu erzählen, die auf Daten und Muster in diesen Daten beruhen, steigt erheblich. Auch investigativ arbeitende Journalistinnen und Journalisten haben damit ein großartiges Werkzeug an der Hand, mit dem sie tief vergrabene Trüffeln in undurchdringlich erscheinenden Datenwäldern aufspüren können. KI hilft uns wie keine Technik zuvor, tiefe Einblicke zu gewinnen und fundiertere Artikel zu schreiben.

Zudem können wir Menschen uns wichtigeren Dingen zuwenden als die immergleichen Handgriffe und Floskeln wiederholen zu müssen: KI kann repetitive Aufgaben für uns übernehmen. Roboterjournalismus 2.0: Wetterberichte, Verkehrsnachrichten, Börsenberichte und Sportergebnisse sind schon länger eine sinnvolle Aufgabe für Kollege KI. nuwacom hat mehrere Assistenten im Einsatz, die Pressemitteilungen und Social Media Postings entwerfen können und vorhandene Manuskripte sprachlich auf ein höheres Niveau heben: „Sprachpapst“ Wolf Schneider wäre über unseren Wolf-Schneider-Assistenten sicherlich glücklich – und mancher Flüchtigkeitsfehler schafft es nicht mehr in die Öffentlichkeit, weil die KI viel gewissenhafter arbeitet...

Wir menschlichen Redakteure gewinnen mehr Zeit für investigative Recherchen und qualitative Berichterstattung, können bessere Story-Ideen entwickeln und schöpferischer am Journalismus des nächsten Jahrzehnts feilen.

Die Digitalisierung hat den Journalismus bereits seit der Jahrtausendwende Stück für Stück und über die Zeit stark verändert. Früher war der Redaktionsalltag geprägt von langen Rechercheprozessen, dem persönlichen Austausch mit Informantinnen und Informanten sowie der manuellen Bearbeitung von Texten. Journalistinnen und Journalisten investierten viel Zeit und Mühe, um akkurate und gut recherchierte Artikel zu erstellen. Heute sind viele dieser Prozesse digitalisiert und

automatisiert, was die Geschwindigkeit, mit der Nachrichten verbreitet werden können, enorm erhöht hat.

Online-Plattformen und soziale Medien haben die Art und Weise, wie Informationen konsumiert und verbreitet werden, revolutioniert. Diese Entwicklungen haben den Journalismus zwar zugänglicher und vielfältiger gemacht, aber auch neue Herausforderungen mit sich gebracht, wie die Verbreitung von Fake News und die zunehmende Fragmentierung des Publikums. Diese Entwicklungen erfordern neue Ansätze im Umgang mit Informationsflut und der Sicherstellung von Informationsqualität.

Mehr oder weniger Fake News?

Journalistinnen und Journalisten sind dazu ausgebildet, den Wahrheitsgehalt von Inhalten überprüfen zu können. Bei der dpa müssen mindestens zwei Quellen unabhängig voneinander einen Sachverhalt bestätigt haben, damit diese Information veröffentlicht werden kann. Fact Checking ist die Hauptaufgabe von Redaktionen: Stimmt unsere Annahme, die zu einer Geschichte führen könnte? Stimmt die Geschichte selbst? Sind die Aussagen unserer Gesprächspartnerinnen und -partner glaubhaft? Gibt es Gegenstimmen, Kritik, andere Sichtweisen? Die journalistische Arbeitsweise ist darauf ausgerichtet, Fake News zu erkennen und richtigzustellen. Doch sind wir auch gegen das gewappnet, was KI uns als „Wahrheit“ auftischt? Die Gefahr der Verbreitung von Fehlinformationen und „Fake News“ könnte durch die Nutzung von Künstlicher Intelligenz zunehmen, das ist eine reale Herausforderung. Zwar liefert KI oft die Quellen mit, aus denen sie die Informationsbits für ihre Texte verwendet. Trotzdem kann es immer schwieriger werden, den Ursprung und die Authentizität von Inhalten zu überprüfen. Sagt die KI selbst.

Die schiere Fülle an digital verfügbaren Informationen und die Geschwindigkeit, mit der sie verbreitet werden können, verschärft das Problem: KI produziert mehr Inhalt als wir Menschen gegenchecken und überprüfen können. Zumal die Redaktionen eher kleiner werden – und die zunehmende Nutzung und Abhängigkeit von KI dazu führen wird, dass menschliche Redakteure und Journalisten an Bedeutung verlieren könnten. Wozu Redakteure bezahlen, wenn KI das tausendmal schneller kann? Diese Entwicklung wird nicht nur einen Verlust an journalistischer Vielfalt bedeuten, sondern auch die Qualität der Berichterstattung negativ beeinflussen.

Andererseits kann KI den Wahrheitsgehalt von Inhalten schneller und tiefgreifender überprüfen als jeder Mensch. nuwacom hat einen Assistenten erstellt, um Fakten checken zu lassen. Dieser ist noch in der Erprobungsphase, aber: Relativ einfache Falschmeldungen kann der Assistent bereits enttarnen und richtigstellen.

Haben wir künftig also mehr oder weniger Fake News – oder stellt sich ein Gleichgewicht zwischen Produzenten und Destruenten wie in der Natur ein?

KI = Kuratierte Information?

Redakteurinnen und Redakteure werden sich immer mehr zu Kuratierern und Managern von Inhalten entwickeln. Sie werden nicht mehr nur Inhalte erstellen, sondern auch deren Qualität checken und Relevanz optimieren. Gleichzeitig werden Verlage verstärkt in neue Technologien investieren müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und den gestiegenen Anforderungen gerecht zu werden – und sie müssen nach ihrem USP suchen. In den kommenden fünf Jahren wird es für sie entscheidend werden, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen technologischen Fortschritten und der Sicherung der journalistischen Integrität zu finden, um die Balance zwischen Effizienz und ethischen Standards zu wahren.

Selbstredend stehen neue Herausforderungen vor der Redaktionstür. Die Automatisierung von Aufgaben wird einige traditionelle Positionen obsolet werden lassen. Gleichzeitig entstehen neue Rollen, die ein tiefes Verständnis für KI-Technologien und deren Anwendung erfordern. Redakteure könnten zunehmend als Kuratoren fungieren, die Inhalte auswählen und anpassen, anstatt sie vollständig selbst zu erstellen. Diese Veränderung könnte dazu führen, dass Fähigkeiten wie kritisches Denken und kreative Problemlösung an Bedeutung gewinnen, da es wichtiger wird, die von KI generierten Inhalte sinnvoll zu interpretieren und zu nutzen.

Die Entwicklung und Integration von Künstlicher Intelligenz wird daher nicht nur die Arbeitsweise, sondern auch die Struktur und das Selbstverständnis von Redaktionen und Verlagen beeinflussen. Werden Journalistinnen und Journalisten künftig mehr oder weniger umfangreiche Recherchen durchführen? Werden sie mehr oder weniger persönlich mit ihren Quellen kommunizieren? Wird ihr Arbeitsalltag künftig noch technischer werden und verstärkt auf der Nutzung digitaler Tools und automatisierter Prozesse liegen?

Mehr Fortbildung, höhere Qualität

In den letzten beiden Jahrzehnten schon wurden traditionelle journalistische Fähigkeiten durch technologische Kompetenzen ergänzt – das wird sich beschleunigen. Redakteurinnen und Journalisten werden sich fortlaufend weiterbilden müssen, um mit den technologischen Entwicklungen Schritt zu halten.

Auch Verlage müssen sich an diese neuen Bedingungen anpassen und in zukunftsfähige Technologien investieren. Ihre Wettbewerbsfähigkeit hängt zunehmend davon ab, wie gut es ihnen gelingt, Generative KI in ihre tägliche Arbeit zu integrieren und dabei dennoch die journalistische Integrität zu wahren – die Qualität der Berichterstattung darf nicht zugunsten günstigerer Produktionsprozesse

leiden. Im Gegenteil: Generative KI kann so eingesetzt werden, dass sie die journalistische Qualität erhöht. Verlage, die in den kommenden Jahren hier die passenden Prompts entwickeln, sichern ihre Existenz.

Wer haftet bei Halluzinationen?

Hat KI in Redaktionen auch eine ethische Dimension? Selbstverständlich. Denn die Verantwortung für die Inhalte bleibt letztlich bei den menschlichen Redaktionsmitgliedern. Sie müssen über die nötigen Kompetenzen verfügen, um die von KI generierten Inhalte kritisch bewerten und sicherzustellen zu können, dass sie den journalistischen Standards entsprechen. Doch potenzielle Fehler einer „unfehlbaren“ KI zu erkennen, zu verhindern und letztlich doch die Verantwortung dafür zu übernehmen? Diese Debatte wird hart werden. In anderen Bereichen der KI, etwa beim Autonomen Fahren, sehen wir die ethischen Fragen, wenn eine (auch zufallsgenerierte) Entscheidung einer Maschine über Leben und Tod entscheiden kann. Im Journalismus geht es schnell um Reputationsgefährdung und Rufmord, kann KI wirtschaftliche Krisen erzeugen und Menschen ihren Lebensunterhalt und ihre Altersvorsorge ruinieren. Dass Verlage diese Verantwortung nicht einzig auf ihre Angestellten abwälzen dürfen, liegt auf der Hand.

Künstliche Intelligenz zwingt uns, klüger werden zu müssen

Schulung und Weiterbildung der Mitarbeiter wird daher eine zentrale Rolle für die Zukunft spielen. Redaktionen und Verlage müssen Programme entwickeln, um ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fortlaufend weiterzubilden und auf neue Anforderungen vorzubereiten: Prompting, Automatisierung, ethische Fragen, Datenschutz, Privatsphäre.

Wir müssen als Unternehmen klare Richtlinien und Ethikstandards entwickeln, die den verantwortungsvollen Umgang mit KI-Technologien sicherstellen – und dann weiterbilden, weiterbilden, weiterbilden. Die Technik wird sich immer schneller weiterentwickeln – wollen wir sie als Werkzeug nutzen und verstehen, brauchen wir tiefe Einblicke in ihre Architektur. Wir müssen spätestens jetzt eine Kultur des lebenslangen Lernens fördern, um Mitarbeitende auf die künftigen Anforderungen vorzubereiten. Damit sie die Potentiale von KI nutzen. Wie ein Werkzeug.

4. Rollen, Aufgaben und Prozesse ändern sich

Christian Lindner hat in Kapitel 2 beschrieben, wie sich Aufgaben, Rollen und Selbstverständnisse von Medienschaffenden verändern, verändern müssen. Doch wie sehen diese Veränderungen im Einzelnen aus? Gehen wir die Rollen und Aufgaben einmal einzeln durch.

4.1 Klassische Rollen

In einer modernen Redaktion gibt es mehrere Schlüsselrollen, die nahtlos zusammenarbeiten, um qualitativ hochwertige Inhalte zu produzieren.

Die Chefredakteurin oder der Chefredakteur ist die zentrale Figur, die die **redaktionelle Vision** leitet und das **Team koordiniert**. Sie ist verantwortlich für die **strategische Ausrichtung** der Inhalte und stellt sicher, dass alle Beiträge den höchsten journalistischen **Standards** entsprechen. In vielen Fällen wird diese Rolle auch von einer Stellvertretung unterstützt, die sich um **spezifische Themenbereiche** kümmert.

Die Redakteurinnen und Redakteure sind das **Rückgrat** jeder Redaktion. Sie **recherchieren** gründlich, **schreiben** präzise und **bearbeiten** sorgfältig Inhalte. Dabei arbeiten sie eng mit der Chefredaktion zusammen, um sicherzustellen, dass alle veröffentlichten Materialien den **redaktionellen Vorgaben** entsprechen. Ihre Aufgaben erfordern nicht nur journalistisches **Geschick** und **Kreativität**, sondern auch ein tiefes Verständnis für die **Zielgruppe** sowie die Fähigkeit, aktuelle **Trends** zu identifizieren und darauf zu reagieren.

Beim Publizieren für das Digitale kommt eine zusätzliche Dimension hinzu: Schon lange nicht mehr nur die Online-, sondern letztlich alle Redakteure müssen auch **SEO-**

Aspekte berücksichtigen, um sicherzustellen, dass ihre Inhalte online gut **sichtbar** sind und ein breites Publikum erreichen.

Content-Managerinnen und -Manager spielen ebenfalls eine entscheidende Rolle innerhalb der Redaktion. Sie sind dafür verantwortlich, dass die Inhalte über verschiedene Plattformen hinweg **konsistent** sind und dass alle Veröffentlichungen **strategisch geplant** und **termingerecht veröffentlicht** werden. In vielen Unternehmen wird diese Rolle zunehmend wichtiger, da der Bedarf wächst, Inhalte effektiv zu verwalten und zu verbreiten, um eine **maximale Reichweite** und **Wirkung** zu erzielen.

Multimedia-Redakteur:innen sind für die Erstellung von **Video- und Audioinhalten** zuständig. Sie arbeiten oft eng mit den traditionellen Redakteuren zusammen, um **multimediale Geschichten** zu erzählen, die die User visuell ansprechen. Visuelle Inhalte werden zunehmend nachgefragt und spielen eine wichtige Rolle im Medienkonsum. In der Unternehmenskommunikation, aber auch in Medienhäusern werden **Social Media Manager** benötigt. Diese Personen sind dafür verantwortlich, die **Online-Präsenz** der Unternehmen zu pflegen und aktiv mit dem Publikum zu **interagieren**. Sie analysieren das **Engagement** auf verschiedenen Social-Media-Plattformen und passen die Strategie entsprechend an, um die **Reichweite** und die Interaktion mit der Zielgruppe **zu maximieren**.

4.2 Klassische Aufgaben

Die Organisation der Redaktionsprozesse hat sich im Laufe der Zeit erheblich gewandelt. Traditionell waren Redaktionen hierarchisch strukturiert, mit klar definierten Abläufen. Diese Struktur ermöglichte eine gewisse Stabilität und Vorhersehbarkeit im Arbeitsalltag.

Heute hingegen setzen viele Redaktionen auf agile Methoden, um flexibler auf rasche Veränderungen und unvorhersehbare Ereignisse reagieren zu können. Agile Arbeitsmethoden beinhalten oft kürzere Planungszyklen und eine stärkere Einbeziehung aller Teammitglieder in den kreativen Prozess, was die Zusammenarbeit und Innovation fördert.

In **Redaktionen** erfolgt die Themenfindung häufig durch regelmäßige Redaktionsbesprechungen, bei denen Ideen gesammelt, diskutiert und priorisiert werden. Der Workflow umfasst in der Regel mehrere Schritte: von der gründlichen Recherche über das Schreiben der Artikel bis hin zur Korrektur und abschließenden Veröffentlichung. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Abteilungen wie der Redaktion, dem Lektorat und dem Layout, um qualitativ hochwertige Inhalte zu gewährleisten.

Hörfunk-Redaktionen hingegen müssen oft schneller reagieren als andere Redaktionen. Hier spielt die Live-Berichterstattung eine zentrale Rolle, was bedeutet, dass Entscheidungen oft in Echtzeit getroffen werden müssen. Die Produktion von Hörfunkinhalten erfolgt häufig in sehr kurzen Zeitfenstern, was eine hohe Flexibilität und schnelle Reaktionsfähigkeit der Redakteure erfordert.

In **TV-Redaktionen** ist die visuelle Gestaltung von herausragender Bedeutung. Die Planung umfasst nicht nur das Schreiben von Drehbüchern und Moderationstexten, sondern auch die sorgfältige Koordination zwischen verschiedenen Teams

wie Kameraleuten, Regisseuren und Schnitttechnikern. Der gesamte Produktionsprozess muss gut organisiert sein, um sicherzustellen, dass alle visuellen und technischen Elemente rechtzeitig fertiggestellt werden und die Sendung reibungslos abläuft.

Online-Redaktionen profitieren von einer Vielzahl digitaler Tools zur Planung und Verwaltung ihrer Inhalte. Diese Tools ermöglichen es den Redaktionen vor allem, tiefe Nutzungsanalysen zu fahren: Welche Themen sind besonders nachgefragt, wann springen welche Zielgruppen wohin ab und warum? Wie intensiv werden Inhalte studiert und was kann die Redaktion daraus für ihre eigene Themensetzung ableiten: Themen, die der Redaktion längst abgefrühstückt erscheinen, bleiben in der Wahrnehmung der Rezipienten oft erstaunlich lange aktuell – kluge Redaktionen arbeiten daher mit diesem Content weiter, messen, analysieren und verbessern ihn.

4.3 Auswirkungen Generativer KI

Generative KI hat das Potenzial, alle oben genannten Prozesse umfassend zu revolutionieren. Sie kann dabei helfen, Inhalte wesentlich schneller zu erstellen und maßgeschneiderte, personalisierte Erfahrungen für das Publikum zu schaffen.

Verlage, Redaktionen, aber auch Unternehmenskommunikationen sollten sich aktiv und intensiv mit dieser Technologie auseinandersetzen und gründlich überlegen, wie sie diese optimal nutzen können.

Die Integration von KI in den **redaktionellen Workflow** kann eine Vielzahl von Vorteilen bieten: Die **Automatisierung** von Routineaufgaben ermöglicht es den Redakteuren, sich stärker auf die **kreativen** und **innovativen** Aspekte ihrer Arbeit zu konzentrieren. KI kann Trends identifizieren, was für die **strategische Themenplanung** von unschätzbarem Wert ist.

Für die **Verlags- und Unternehmensleitung** bedeutet dies eine tiefgreifende Veränderung ihrer bisherigen Arbeitsweise. Es ist entscheidend, dass sie ihre Mitarbeiter umfassend **schulen** und ihnen helfen, sich an diese neuen Technologien anzupassen. Die Implementierung eines klaren und effektiven **Change Managements** kann dazu beitragen, bestehende Ängste und Vorbehalte abzubauen und eine positive Einstellung gegenüber diesen signifikanten Veränderungen zu fördern.

Die heutigen Redaktionen – ob mit journalistischem oder mit PR-Auftrag agierend – benötigen eine **klare Definition von Rollen** sowie eine **strukturierte Organisation** der Arbeitsabläufe. Alle Redaktionsmitglieder müssen wissen, welche Aufgaben sie konkret haben, und dass die Prozesse **effizient organisiert** und **koordiniert** werden müssen.



4.3 Themenarchitekturen und Redaktionsplanung

Der Wandel, der die journalistischen Redaktionen erfasst und durchschüttelt, macht logischerweise auch vor PR-Redaktionen und Unternehmenskommunikationen nicht halt.

Kommunikationsplanung und -management verändert sich durch den „**Content Shock**“: Die Medienhäuser, Unternehmen und Organisationen, Influencer:innen und alle sonstigen Content-Kreatoren sowie Automaten wie KI und „Roboterjournalisten“ und reine Datenverarbeitungsmaschinen wie etwa Verkehrsleitsysteme oder Wetterstationen erzeugen weltweit rund um die Uhr Inhalte. Zusammengenommen produzieren sie solch immense Massen an Content, dass einzelne Botschaften im Rauschen schlicht untergehen. Es passiert rund um die Uhr so viel Berichtenswertes auf dem Globus, dass allein die reaktiven, berichtenden News die Timelines mit wichtigen Informationen regelrecht überschwemmen. Die proaktiv gesetzten Unternehmensbotschaften strömen über alle Kanäle hinzu – und wir alle ertrinken in einem **Nachrichtenfluss**, der nicht mehr beherrschbar ist.

Wir müssen unsere eigenen proaktiv produzierten Botschaften also gezielt auf stabile Pflöcke setzen, um nicht mit diesem Strom mitgerissen zu werden: Thematische Klarheit ist die einzige Chance, Botschaften zu produzieren und zu senden, die wahrgenommen werden:

- Wofür stehen wir als Organisation?
- Was sind unsere Inhalte und
- mit welchen Themen möchten wir von unseren Zielgruppen wahrgenommen und verbunden werden?

Wir benötigen eine **Themenarchitektur**, in der die dazu nötigen Kommunikationsanlässe **strategisch gesetzt** und die jeweiligen Kommunikationseinhalte **systematisch geplant** werden können. Themenarchitekturen sind in der Regel sehr kom-

pakt und zielorientiert. Zuerst legen Sie Ihre **Kernbotschaft** fest. Womit soll Ihre Zielgruppe Sie und Ihr Unternehmen langfristig in Verbindung bringen: Besonders innovativ und visionär, besonders serviceorientiert und kundenfreundlich, besonders umweltbewusst und effizient...?

Aus der Kernbotschaft leiten Sie dann diejenigen **Themen** ab, die diesen Wesenskern besonders plakativ, besonders eindrücklich, besonders überzeugend belegen, und suchen dann **Aspekte** dieser Themen, die konkret zeigen, was die Organisation täglich tut, um diesem Wesenskern zu genügen. Diese Aspekte kleiden Sie in eine knackige News oder einen detaillierten Hintergrundbericht, ein emotionales Porträt oder ein schnell geschnittenes Reel.

Eine Themenarchitektur ist somit Ihr **strategischer Kommunikationsplan**:

- Worüber reden wir und worüber reden wir nicht?
- Welche Aspekte beleuchten wir und welche nicht?
- Welche Beispiele machen wir transparent und welche nicht?

Message Triangle

Das Message Triangle ist ein Modell, das maßgeblich dazu beiträgt, die Kernbotschaften einer Kommunikation klar und präzise zu definieren und zu strukturieren. Es wird hauptsächlich für Reden umgesetzt, funktioniert aber auch für jede andere Art der Kommunikation. Das Modell besteht aus drei Hauptkomponenten, die jeweils eine bedeutende Rolle spielen:

Kernbotschaft: Dies ist die zentrale Aussage, die in der Kommunikation vermittelt werden soll. Sie bildet das Herzstück des gesamten Kommunikationsprozesses und sollte klar, prägnant und leicht verständlich sein.

Unterstützende Botschaften: Hierbei handelt es sich um zusätzliche Informationen, die dazu dienen, die Kernbotschaft weiter zu untermauern und zu erklären. Diese unterstützenden Botschaften bieten Kontext und Details, die die Hauptaussage verstärken und verständlicher machen.

Beweise: Dieser Bestandteil umfasst Daten, Fakten und Beispiele, die die unterstützenden Botschaften untermauern. Beweise liefern die notwendigen Belege und stützen die Glaubwürdigkeit der gesamten Kommunikation. Sie können in Form von Statistiken, Forschungsdaten, Fallstudien oder praktischen Beispielen vorliegen.

Durch die Anwendung des Message Triangle können Redaktionen und Kommunikatoren sicherstellen, dass ihre Inhalte **klar, strukturiert und überzeugend** sind. Die Kernbotschaft bildet das fundamentale Element der Themenarchitektur, während die unterstützenden Botschaften und Beweise dazu beitragen, die Kommunikation zu vertiefen und zu erweitern. Diese Methodik stellt sicher, dass die Informationen nicht nur verständlich, sondern auch glaubwürdig und einprägsam sind.

Themenpyramide

Abgeleitet von der Message Triangle hat sich für die Redaktionsplanung die **Themenpyramide** durchgesetzt. Mit diesem Modell können Sie **Strategische Themen** festlegen. Jedes strategische Thema setzt sich aus mehreren **Unterthemen** zu-

sammen. Diese eher abstrakten und generischen Strategischen Themen und ihre Unterthemen kommunizieren Sie nun konkret anhand von **Beispielen** und **Belegen**. Diese Beispiele und Belege transportieren jeweils die **Botschaften**, mit denen Sie Ihre Kommunikation unterlegen.

Mit der Themenpyramide definieren Sie **Handlungsfelder**, die eng an Ihrer Kernbotschaft anliegen und an andere Handlungsfelder angrenzen.

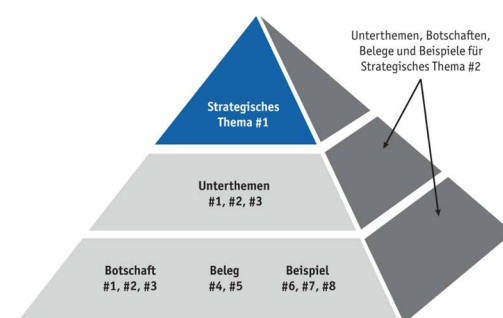


Abbildung 1: Ansgar Zerfuß/Sophia Charlotte Volk, Toolbox Kommunikationsmanagement. Denkwerkzeuge und Methoden für die Steuerung der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden 2019.

Themenarchitektur von Scompler

Die führende Planungssoftware für Newsrooms im deutschsprachigen Raum ist scompler.com. **Scompler** erweitert und präzisiert diese beiden Modelle. Im Zentrum der Themenarchitektur von Scompler steht eine **Core Story** („Wofür gibt es uns? Wozu machen wir das alles?“), aus der sich die **Handlungsfelder** ergeben: „Worum kümmern wir uns?“ Jedes Handlungsfeld besteht aus mehreren **Themen**, über die Sie mit den Zielgruppen ins Gespräch kommen können: „Worüber reden wir, wenn wir mit unseren Kundinnen und Kunden sprechen?“

Wären wir ein Sportartikelhersteller, wäre die Antwort auf die Frage, wofür es uns gibt, eventuell: „Durch Sport können wir Leben verändern.“ Dieses Motiv leitet uns nun durch alle weiteren Ebenen: Wir kümmern uns durch Sportförderung und Sponsoring darum, dass sich das Leben vieler Spitzensportlerinnen und Sportler und ihres Umfelds positiv verändern kann. Wir kümmern uns aber auch darum, dass Kinder und Jugendliche Sport als positiv für ihre Entwicklung erleben können. Sport ist Gesundheitsförderung, Sport verbindet Kulturen, Sport leistet einen Beitrag zu einem positiveren Naturerlebnis – alles dies könnten Handlungsfelder für diesen Sportartikelhersteller sein.

In jedem Handlungsfeld sprechen wir mit den **Kundinnen und Kunden**: „Wie können Sie Sport in Ihren Alltag integrieren? Wie kann Sport konkret Kulturen zusammenführen? Wie erleben Sie den Wald beim Joggen und einen Fluss beim Rudern?“

Diese eher zeit- und anlasslosen Fragen erhalten für unsere Berichterstattung oder Kommunikation einen aktuellen Aufhänger, wenn wir fragen: „Welchen konkreten Nutzen hat ein Waldlauf für Sie? Warum ist es Ihnen wichtig, einmal in der Woche mit Geflüchteten Tennis zu spielen?“ Wir fragen nach der **konkreten Relevanz** und dem **persönlichen Nutzen** dieser Themen für die **Zielgruppe** – und haben dadurch eine **aktuelle Story** gefunden! Diese Storys sind der eigentliche konkrete aktuelle Kommunikationsanlass, den wir dann für die Zielgruppe auf den **Kanälen** und für jedes **Format** dieser Kanäle optimal aufbereiten. Von der Core Story über Themen der Handlungsfelder zu attrak-

tiven Storys, die in Beiträgen erzählt werden – das ist in aller Kürze die Idee der Themenarchitektur von Scompler.

Scompler ist aber weitaus komplexer und **attributioniert** die Themen noch mit weiteren Botschaften und beispielsweise **sprachlichen Optionen** und fokussiert die Kommunikationsmaßnahmen auf die **Innovationsakzeptanz** und **limbische Disposition** der Personas in ihren jeweiligen **Customer Journey-Phasen** – viel zu berücksichtigen, aber auch viel zu individualisieren, was den Kommunikationserfolg grundsätzlich erhöht. Hier kann nuwacom die Themenarchitektur mitaufbauen und viele dieser kleinteilig wirksamen Zusatzoptionen berücksichtigen. Ihre Kommunikation wird umfassender, detaillierter, strategischer und individueller – und einfacher, da sie diese Optionen an die KI abgeben können.

Kernbotschaft: nuwacom bringt AI-Excellence in Ihr Unternehmen!					
Thema: Bessere Kommunikation durch KI			Thema: Bessere Prozesse durch KI		
Aspekt: schnellere Antworten	Aspekt: präzisere Informationen	Aspekt: höheres Vertrauen	Aspekt: klüger entscheiden	Aspekt: klarer voraus- schauen	Aspekt: passender einstellen
Beiträge: Instagram, Case Study, Workshop	Beiträge: Facebook, Reel, Presse- meldung	Beiträge: LinkedIn, eBook, Webinar	Beiträge: Snapchat, Fragebogen, Quiz	Beiträge: Instagram, Facebook, LinkedIn	Beiträge: Vortrag, Workshop, Checkliste

Konkrete Themenplanung

1. Definieren Sie Ihren **Markenkern** und Ihre **Kernbotschaft**. Fragen Sie sich dabei: Wofür stehen wir, was ist unser gesellschaftliches Anliegen?
2. Leiten Sie daraus **Themen** ab: Woran arbeiten wir, um dieses Anliegen zu erfüllen?
3. Erzählen Sie zu jedem einzelnen **Aspekt** eine kleine aufmerksamkeitsstarke **Geschichte**:
 - „Was alles passiert ist, seit wir uns gegründet haben!“
 - „Warum unser erster Deal in die Hose gegangen ist – und wir trotzdem weitergemacht haben!“
 - „Als Greenpeace uns gelobt hat!“
 - „Unser neuer CEO bringt 4000 PS auf die Straße“
4. Übersetzen sie diese Geschichten für die jeweiligen **Kanäle** so, dass Ihre Zielgruppen sich dort informiert, verstanden und wertgeschätzt fühlen.

KI kann Ihnen helfen, eine solche Themenarchitektur zu erstellen. Sie geben die **Kernbotschaft** vor und die **Handlungsfelder**, auf denen Ihre Organisation aktiv ist – und die KI identifiziert tragfähige **Themen** dazu. Die KI hilft Ihnen, überzeugende **Aspekte** zu finden und sie attraktiv aufzubereiten. Die zugehörigen **Beiträge** formuliert Ihnen die KI ebenfalls – inklusive aller Anforderungen und Möglichkeiten, die die einzelnen Formate und Kanäle haben und bieten. Die KI hilft Ihnen so **strukturiert und systematisch**, ihre Kommunikation für jeden einzelnen Beitrag **strategisch und effektiv** umzusetzen. Sie überlassen kein Posting mehr dem Zufall und „holen“ das Maximum für Ihre Zielgruppen aus Ihren Kommunikationsmaßnahmen heraus.

Redaktionsplanung

Die Themenplanung ist wichtig, um unsere Botschaften gezielt bei den Zielgruppen setzen zu können. Sie gibt ein redaktionelles **Themengerüst** vor und legt die einzelnen Schwerpunkte und Blickwinkel fest, damit die Kommunikation mit geplanten zielgenauen Inhalten und nicht zufällig aufgrund von Bauchentscheidungen oder Ad-hoc-Aufträgen Dritter erfolgt. Die Redaktionsplanung legt sowohl die **zeitliche Abfolge** der Geschichten auf Wochen- oder Monatsbasis fest und schätzt die dafür nötigen Ressourcen und Workflows ein:

- Wer macht was bis wann? Wer gibt Input, wer gibt frei?
- Wann ist der optimale Zeitpunkt für welchen Beitrag?
- Wie entsteht über die Zeit ein konsistentes und überzeugendes Erscheinungsbild unserer Organisation?

Die Redaktionsplanung ist die fluide taktische Umsetzung der strategischen Ziele, die die Themenarchitektur festzurrt. Sie ersetzt keine Kommunikationsstrategie und ist selbst keine, sondern gießt die strategischen Vorgaben in einen Umsetzungsplan.

Berücksichtigen Sie bei Ihrer Redaktionsplanung Feiertage und Ferien, bestimmte Gedenk- und Aktionstage, Wochenenden und Brückentage. Achten Sie auf saisonale Besonderheiten und konkurrierende Veranstaltungen, reagieren Sie auf Trends und Traditionen, aktuelle Entwicklungen und Branchennews.

Definieren Sie **klare** und **eindeutige** Rollen:

- Wer ist für welche Aufgabe, wer für welches Format und welchen Kanal zuständig?
- Wer gibt welchen Auftrag an welche internen und externen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wer führt ihn aus?
- Wer korrigiert und redigiert und wer gibt die endgültige Version frei und veröffentlicht sie?

Und definieren Sie klare Zeitrahmen:

- Wann finden welche Redaktionssitzungen statt (Daily, Weekly, Monthly sowie die Jahres- und Sonderplanungen und die zugehörigen Strategiesitzungen) mit welchem erwarteten Ergebnis?
- Welche Vorlaufzeiten benötigen wir für welches Format?
- Wann ist die Deadline und wann wird welcher Beitrag veröffentlicht und sein Impact evaluiert?

Evaluieren Sie hinterher Ihre Kommunikationsmaßnahmen:

- Welche Reichweite und Interaktion haben sie in welchem Zielgruppensegment erzielt?
- Welche Maßnahmen haben überdurchschnittliche Ergebnisse erzielt, welche waren eher unterdurchschnittlich?
- Welche Inhalte haben Fragen oder Widerspruch erzeugt?

	BEITRAG	KANAL	AUTOR	FREIGEBER	DEADLINE
Mo 05.09.	Case Study: „Schnellere Antworten mit KI“	Pressemitteilung	Peter	Max	02.09. 12.00 Uhr
Di. 06.09.	Case Study Insta-Story	Instagram	Petra	Max	06.09. 6.00 Uhr
Mi. 07.09.	Ankündigung Workshop	Newsletter	Piet	Maxi	06.09. 17.00 Uhr
Do. 08.09.	Posting „Passender einstellen durch KI-gestützte Eignungsdiagnostik“	LinkedIn	Petra	Maxi	06.09. 17.00 Uhr
Fr. 09.09.	Ankündigung Workshop	Pressemitteilung	Pedro	Max	08.09 12.30 Uhr
Mo. 12.09.	Posting „Klüger entscheiden mit der KI-gestützten Spieltheorie“	Snapchat	Peter	Maxi	09.09. 15.00 Uhr
Di. 13.09.	Checkliste „Passender Einstellen“	Landing Page	Piet	Maxi	12.09. 16.30 Uhr
Mi. 14.09.	Vortragsankündigung	Newsletter, Pres- semitteilung	Petra	Max	14.09., 7.00

4.5 Brand Voice

Eine **Brand Voice**, auch als Corporate Voice oder **Corporate Language** bekannt, ist ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensidentität und des Markenauftritts. Sie bezieht sich auf den **charakteristischen Kommunikationsstil** eines Unternehmens, der in allen Texten und Marketingmaterialien konsistent zum Ausdruck kommt. Die Brand Voice ist der einzigartige **Tonfall** eines Unternehmens, die Art und Weise, wie es über sich selbst, seine Produkte und Dienstleistungen spricht und schreibt. Sie umfasst nicht nur die **Wortwahl** und den **Sprachstil**, sondern auch die zugrundeliegenden **Werte, Einstellungen** und die **Persönlichkeit** der Marke, die durch die Kommunikation vermittelt werden sollen.

Der Zweck einer konsistenten Brand Voice ist es, einen **hohen Wiedererkennungswert** zu schaffen und die Marke von Wettbewerbern **abzugrenzen**. Sie soll dazu beitragen, dass Kunden und andere Stakeholder das Unternehmen sofort **identifizieren** können, selbst wenn sie nur einen kurzen Text oder eine einzelne Nachricht lesen.

Elemente der Brand Voice

Eine effektive Brand Voice setzt sich aus mehreren Elementen zusammen:

- **Tonalität:** Der grundlegende emotionale Unterton der Kommunikation (z.B. freundlich, professionell, humorvoll, seriös).
- **Sprachstil:** Die charakteristische Art des Sprachgebrauchs (z.B. formell, informell, technisch, einfach).
- **Wortwahl:** Spezifische Begriffe und Phrasen, die häufig verwendet werden und zur Markenidentität passen.
- **Satzbau:** Die typische Struktur und Länge der Sätze.
- **Perspektive:** Die Sichtweise, aus der kommuniziert wird (z.B. erste Person Plural für ein Gemeinschaftsgefühl).

Die Entwicklung einer effektiven Brand Voice erfordert eine sorgfältige Planung und Abstimmung mit der gesamten Markenidentität. Folgende Schritte sind dabei wichtig:

- **Analyse des Unternehmensleitbildes:** Die Brand Voice sollte die Werte und Grundprinzipien des Unternehmens widerspiegeln.
- **Zielgruppenanalyse:** Ein Verständnis der Zielgruppe ist entscheidend, um den richtigen Ton zu treffen.
- **Festlegung von Richtlinien:** Ein detaillierter Style Guide hilft, Konsistenz in der Kommunikation zu gewährleisten.
- **Schulung der Mitarbeiter:** Alle Personen, die im Namen des Unternehmens kommunizieren, sollten in der Anwendung der Brand Voice geschult werden.
- **Regelmäßige Überprüfung und Anpassung:** Die Brand Voice sollte regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst werden, um relevant zu bleiben.

Best Practices

Beispiele für charakteristische Brand Voices sind:

- Nike** Nikes Brand Voice ist motivierend, kraftvoll und direkt. Der berühmte Slogan Just Do It verkörpert diese Stimme perfekt. Nike verwendet oft kurze, prägnante Sätze und eine ermutigende Sprache, die Athleten und Freizeitsportler gleichermaßen anspricht.
- Apple** Apples Kommunikation ist bekannt für ihre Einfachheit und Eleganz. Sie verwenden oft kurze, klare Sätze und betonen Innovation und Design. Typische Phrasen wie Think Different oder Designed by Apple in California unterstreichen ihre Markenidentität.
- Coca-Cola** Coca-Colas Brand Voice ist fröhlich, optimistisch und inklusiv. Sie verwenden oft emotionale Sprache und Begriffe wie Happiness, Sharing und Together, um ein Gefühl von Gemeinschaft und Freude zu vermitteln.
- Harley-Davidson** Die Brand Voice von Harley-Davidson ist rau, rebellisch und freiheitsliebend. Sie verwenden oft kraftvolle, maskuline Sprache und Begriffe, die Abenteuer und Unabhängigkeit betonen.
- Innocent Drinks** Innocent Drinks: Diese Marke ist bekannt für ihren verspielten, humorvollen Ton. Sie verwenden oft Wortspiele, informelle Sprache und einen freundlichen, konversationellen Stil.

Eine konsistente und gut entwickelte Brand Voice ist ein mächtiges Marketinginstrument. Sie hilft dabei:

- **Wiedererkennbarkeit zu schaffen:** Kunden können die Marke auch ohne visuelle Elemente identifizieren.
- **Vertrauen aufzubauen:** Eine konsistente Stimme vermittelt Zuverlässigkeit und Authentizität.
- **emotionale Bindung zu fördern:** Eine gut gestaltete Brand Voice kann starke emotionale Assoziationen mit der Marke hervorrufen.
- **sich von der Konkurrenz abzuheben:** Eine einzigartige Stimme kann ein wichtiger Differenzierungsfaktor sein.
- **Botschaften effektiver zu vermitteln:** Eine zur Zielgruppe passende Stimme erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Botschaften ankommen und verstanden werden.

Die Entwicklung und Aufrechterhaltung einer konsistenten Brand Voice kann herausfordernd sein, insbesondere für große Unternehmen mit vielen Kommunikationskanälen und -verantwortlichen.

Einige Best Practices sind:

- **Klare Richtlinien:** Ein detaillierter Style Guide ist unerlässlich.
- **Regelmäßige Schulungen:** Mitarbeiter sollten kontinuierlich in der Anwendung der Brand Voice geschult werden.
- **Konsistenz über alle Kanäle:** Die Brand Voice sollte in allen Medien und Kommunikationskanälen einheitlich sein.
- **Flexibilität:** Die Brand Voice muss flexibel genug sein, um an verschiedene Kontexte und Zielgruppen angepasst werden zu können.
- **Authentizität:** Die Brand Voice sollte authentisch zur Unternehmenskultur und den Werten passen.

Trends und Entwicklungen

Mit der zunehmenden Bedeutung digitaler und interaktiver Medien entwickelt sich auch die Brand Voice weiter. Einige aktuelle Trends sind:

- **Personalisierung:** Marken experimentieren mit personalisierten Kommunikationsstilen für verschiedene Kundengruppen.
- **Conversational Interfaces:** Mit dem Aufkommen von Chatbots und virtuellen Assistenten wird die Brand Voice zunehmend interaktiv und konversationell.
- **Multimediale Integration:** Die Brand Voice wird zunehmend mit visuellen und auditiven Elementen integriert, um ein ganzheitliches Markenerlebnis zu schaffen.
- **Kulturelle Sensibilität:** Globale Marken passen ihre Brand Voice zunehmend an lokale Kulturen und Sprachen an.

Eine gut entwickelte und konsistent umgesetzte Brand Voice ist ein wesentlicher Bestandteil einer starken Markenidentität. Sie hilft, sich in einer überfüllten Medienlandschaft abzuheben, emotionale Verbindungen zu ihren Kunden aufzubauen und ihre Botschaften effektiv zu vermitteln.

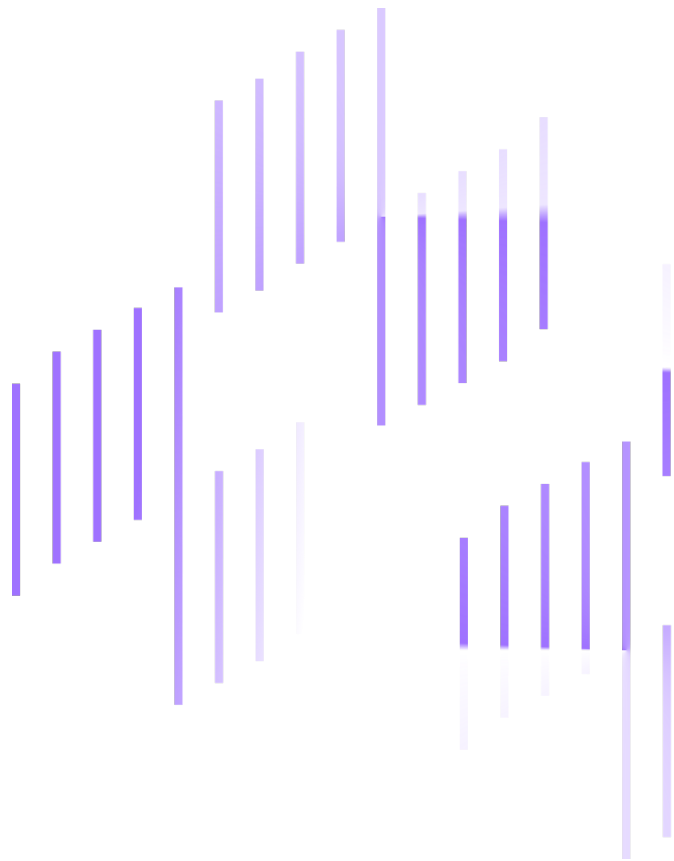
nuwacom sichert die Brand Voice

Wenn viele Menschen in einem Newsroom oder einer Redaktion arbeiten, kommen viele Sprachstile zusammen – die einen lieben kurze Sätze, andere schreiben längere, etc. Um sicherzustellen, dass ein Text die Vorgaben einer Brand Voice einhält, kann nuwacom Ihnen helfen:

Style Guide: Zuerst optimiert nuwacom ihren Style Guide. Mit den spezifischen Elementen der Brand Voice briefen wir unsere KI-Assistenten, einschließlich Tonalität, Sprachstil, Wortwahl, Satzbau und Perspektive.

KI-Assistent: Dann redigiert unser Brand Voice-Assistent alle Texte und Materialien automatisiert anhand dieses Style Guides. Er prüft alle Texte automatisch auf Konsistenz mit der Brand Voice, passt die Wortwahl an die vorgegebenen Begrifflichkeiten an und optimiert den Sprachstil auf Unverwechselbarkeit und Wiedererkennung.

Schulungen und Zusammenarbeit: Aber überlassen Sie die Brand Voice nicht allein der KI – arbeiten Sie mit Ihren Teams aktiv daran, Ihre Corporate Language zu verinnerlichen. Die von nuwacom generierten Texte sind wunderbares Schulungsmaterial für Ihre Mitarbeitenden!



5. Prompten für die Redaktion

5.1. Einleitung

Künstliche Intelligenz kann die Effizienz und Präzision journalistischer Arbeit erheblich steigern – wenn die Sprachmodelle präzise Anweisungen erhalten.

Ein gut formulierter Prompt kann den entscheidenden Unterschied zwischen einer mittelmäßigen und einer herausragenden Antwort ausmachen. Daher ist es von nicht geringer Bedeutung, die Kunst der Prompt-Entwicklung zu beherrschen.

In diesem Abschnitt werden wir die Entwicklung und Verfeinerung von einfachen Ein-Satz-Prompts hin zu ausgefeilten Anweisungstexten für professionelle KI-Ergebnisse beleuchten. Wir erläutern Ihnen die einzelnen Schritte und Methoden, die Sie gehen und anwenden sollten, um aus einem einfachen Basis-Kommando wie „Fasse den Text zusammen!“ zu einem elaborierten Prompt zu gelangen. Einem Prompt, der präzise, klar und detailliert genug ist, damit Sie Ihre gewünschten Ergebnisse auch erhalten von der KI.

Zuerst werden wir einige Anwendungsszenarien beleuchten, in denen KI Redakteurinnen und Redakteure und CvDs unterstützen kann. Danach werden wir bewährte Prompt-Frameworks vorstellen, die in der Praxis erprobt und für effektiv befunden wurden. Auf Basis dieser Frameworks entwickeln wir dann die beiden nuwacom-Frameworks **ZIEL** und **STAR**, die speziell darauf ausgelegt sind, den Anforderungen professioneller Anwendungen gerecht zu werden und herausragende KI-Ergebnisse zu liefern. Wir geben Ihnen eine 30-Punkte-Checkliste an die Hand und wen-

den Sie in unterschiedlichen Szenarien an, die in einem KI-getriebenen Newsroom oder einer Redaktion an der Tagesordnung sind.

Kennen Sie schon unsere „99 Prompts“? Wir haben Prompts für die wichtigsten Organisationseinheiten eines Unternehmens erstellt – sofort nutzbar! Mit wenigen Anpassungen können Sie diese Prompts sowohl auf Ihre individuelle Situation im Unternehmen sowie für spezielle Aufgaben und Anwendungsfälle bei Ihnen optimieren. Zudem zeigen wir Ihnen einige nuwacom-Assistenten, die Ihnen bei Ihrer täglichen Arbeit – nicht nur in der Redaktion, sondern im ganzen Unternehmen – unter die Arme greifen können. Sie sind also gerüstet für die Anwendung von Generativer KI.

Angst vor KI müssen Sie jedenfalls nicht haben – sie erzeugt im Gegenteil großen Spaß und motiviert, neue Szenarien auszuprobieren und Prompts zu formulieren, die Ihnen wirklich das Leben erleichtern helfen.

*KI ist ein Werkzeug.
Ein Werkzeug in
Ihrer Hand.
Für Ihre Kunst.*

5.2. Szenarien für KI in der Redaktion

Dass KI Journalistinnen und Journalisten helfen und unterstützen kann, ist unstrittig. Die Frage ist nur: „Wobei?“. Wir haben uns dazu fünf Szenarien angeschaut.

„Ich schreibe selbst, das ist doch meine Berufung!“ Ja, das ist selbstredend ebenso unstrittig. Aber seien wir ehrlich: Wieviel Zeit verplempern wir in Redaktionen mit Dingen, die ein Automat tatsächlich schneller, profunder und korrekter machen könnte? Wieviel stupide Arbeit könnte uns ein Rechner abnehmen, wie viele Routineaufgaben könnte eine Künstliche Intelligenz übernehmen? Werfen wir einen kurzen Blick auf einzelne Aufgaben in einer Redaktion und stellen die Frage: Wie kann Generative KI uns hierbei quantitativ, aber auch qualitativ unter die Arme greifen?

Zuerst werden wir einige Anwendungsszenarien beleuchten, in denen KI recherchierende und schreibende Journalisten, aber auch Manager von Texten wie Channelmanager, Ressortleiter und Deskchefs unterstützen kann.

Aber lehnen Sie sich nicht zurück, wenn Sie nicht zu den genannten Berufsgruppen gehören! Auch alle anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einer Unternehmenskommunikation, einem Verlag oder einer Redaktion profitieren von der schnellen und präzisen KI, die Ihnen viele klassische Arbeitsschritte abnimmt.

Wir werden **fünf sinnvolle Einsatzszenarien** für KI in einer Redaktion und einem Newsroom vorstellen und erläutern, wie KI Ihnen konkret dabei helfen kann, einzelne Aufgaben schneller, präziser und qualitativ besser zu erledigen als menschliche Redakteure.

Und: Wir geben Ihnen Beispielprompts für Ihre KI-Anwendung mit – Sie können sie gerne kopieren und für Ihren spezifischen Anwendungsfall modifizieren.

Probieren Sie die Prompts gerne aus und geben Sie uns gerne Feedback. Wir alle lernen aus der Anwendung – und viele Ergebnisse werden besser, wenn wir die Erkenntnisse nutzen.

Nachrichtenproduktion

Setzen Sie KI-Modelle ein, um automatisiert Nachrichtenartikel erstellen zu lassen. Die Modelle sind sehr gut darin, aus Kontext-Informationen und vorstrukturierten Daten kleine Newsartikel zu formulieren, insbesondere für Routineberichte wie Wetter, Sportergebnisse oder Finanznachrichten.

Schnelligkeit: KI generiert Berichte sekunden-schnell, was besonders zeitkritischen Nachrichten zugutekommt.

Präzision: Die KI greift auf große Datenmengen zu und liefert genaue und aktuelle Informationen.

Qualität: KI kann konsistente und fehlerfreie Texte erstellen, die den redaktionellen Standards entsprechen.

BEISPIELPROMPT

Erstelle einen kurzen Nachrichtenartikel über die aktuellen Wetterbedingungen in Berlin. Verwende die neuesten Wetterdaten und achte darauf, dass der Text präzise und informativ ist.

BEISPIELPROMPT

Betrachte die Entwicklung des Aktienkurses von Apple über die letzten drei Monate ab heute und erlautere die Performance im Vergleich zu Nvidia.

BEISPIELPROMPT

Liste die Fußballergebnisse der Zweiten Fußball-Bundesliga vom letzten Spieltag auf, analysiere sie und bewerte einzelnen Ergebnisse.

Recherche und Datenanalyse

Die KI-Modelle können Sie bei der Recherche und Analyse großer Datenmengen unterstützen, um Trends und Muster zu erkennen. Sie als Redakteurin oder Redakteur benötigen dafür im ersten Schritt keine elaborierten Prompts und erst recht kein Informatikstudium – die Modelle sind bereits sehr gut darin, die Daten zu durchforsten und sinnvoll zu analysieren. Mit unseren beiden Beispielprompts können Sie dies gerne ausprobieren.

Schnelligkeit: KI durchsucht große Datenmengen in kürzester Zeit und analysiert sie.

Präzision: KI liefert genaue und detaillierte Analysen, die menschliche Redakteure möglicherweise übersehen.

Qualität: Durch die Datenanalyse kann die KI fundierte und gut recherchierte Artikel unterstützen.

BEISPIELPROMPT

Analysiere die neuesten Finanzberichte der DAX-Unternehmen und erstelle eine Zusammenfassung der wichtigsten Trends und Entwicklungen.

BEISPIELPROMPT

Beispielprompt:
Wie hat sich der Strompreis auf der Leipziger Strombörse im Vergleich zu den Vorwochen entwickelt?

BEISPIELPROMPT

Analysiere die Verkaufszahlen der Top 100 Bücher auf Amazon in den letzten 6 Monaten.

Personalisierte Inhalte

Sie möchten gerne zielgenauer kommunizieren, haben aber nicht die Ressourcen dazu? KI kann personalisierte Inhalte für verschiedene Zielgruppen erstellen, basierend auf deren Interessen und Vorlieben. Damit können Sie Ihre Unternehmensbotschaften oder Ihre News für viele individuelle Kanäle zielgruppenadäquat produzieren lassen.

Schnelligkeit: KI kann Inhalte in Echtzeit personalisieren.

Präzision: Weil die KI Nutzerdaten analysiert, kann sie genau auf die Interessen der Nutzerinnen und Nutzereingehen.

Qualität: Personalisierte Inhalte erhöhen die Relevanz und das Engagement der Leserinnen und Leser.

BEISPIELPROMPT

Erstelle einen Artikel über die neuesten Trends in der Technologiebranche, der sich an junge, technikaffine Leser richtet.

BEISPIELPROMPT

Erstelle einen Artikel über die neuesten Trends in der Automobilbranche, der sich an große Familien mit durchschnittlichem Einkommen richtet.

Übersetzung und Lokalisierung

KI-gestützte Systeme können kulturelle und regionale Unterschiede berücksichtigen. Beispielsweise kann ein Artikel über ein politisches Ereignis in den USA für ein europäisches Publikum angepasst werden, indem spezifische kulturelle Referenzen oder politische Kontexte erläutert werden.

Schnelligkeit: KI übersetzt Texte in Sekunden-schnelle in mehrere Sprachen.

Präzision: Moderne KI-Übersetzungstools liefern präzise und kontextgerechte Übersetzungen.

Qualität: Lokalisierte Inhalte können kulturelle Nuancen berücksichtigen und so die Leserbindung erhöhen.

BEISPIELPROMPT

Übersetze den folgenden Artikel über die neuesten Entwicklungen in der Künstlichen Intelligenz ins Spanische und berücksichtige kulturelle Unterschiede.

BEISPIELPROMPT

Übersetze diesen politischen Text zu den Wahlen in den USA ins Deutsche und erläutere die spezifischen amerikanischen Besonderheiten für ein deutsches Publikum.

Content-Optimierung

KI kann Inhalte analysieren und optimieren, um deren Sichtbarkeit und Reichweite zu erhöhen. Beispielsweise könnte ein Artikel für die Veröffentlichung auf sozialen Medien gekürzt und mit visuellen Elementen angereichert werden, während derselbe Inhalt für eine Website detaillierter und textlastiger gestaltet wird.

Schnelligkeit: KI kann in Echtzeit Optimierungsvorschläge machen.

Präzision: Durch die Analyse von SEO-Daten kann die KI gezielte Empfehlungen geben.

Qualität: Optimierte Inhalte können die Leserbindung und die Sichtbarkeit in Suchmaschinen erhöhen.

BEISPIELPROMPT

Analysiere den folgenden Artikel und gib Empfehlungen zur Verbesserung der SEO-Optimierung, um die Sichtbarkeit in Suchmaschinen zu erhöhen.

BEISPIELPROMPT

Analysiere den folgenden Artikel und integriere maximal 5 zum Kontext passende Emojis, die den Beitrag für eine Instagram-Zielgruppe attraktiver macht.

Die Integration von KI in Redaktionen und Newsrooms bietet zahlreiche Vorteile: von der Automatisierung routinemäßiger Aufgaben bis hin zur Erstellung personalisierter Inhalte. Durch den gezielten Einsatz von KI können Redaktionen effizienter arbeiten und gleichzeitig die Qualität ihrer Inhalte steigern.

6. Prompt-Frameworks

6.1 Wie sieht der perfekte Prompt aus?

Ein perfekt geschriebener Prompt für einen KI-Assistenten ist das Herzstück einer effektiven Interaktion mit künstlicher Intelligenz. Um sicherzustellen, dass der KI-Assistent präzise und nützliche Antworten liefert, sollten Sie mehrere wichtige Elemente berücksichtigen.

Klarheit und Spezifität

Zunächst ist Klarheit und Spezifität von entscheidender Bedeutung. Ein klar und präzise formulierter Prompt hilft dem KI-Modell dabei, genau zu verstehen, was von ihm erwartet wird. Wenn die Formulierungen vage oder zu allgemein sind, führt dies oft zu ungenauen oder irrelevanten Antworten, was die Qualität der Ergebnisse beeinträchtigen kann.

Ein Beispiel für einen schlecht formulierten Prompt wäre: „Sag mir etwas über Autos.“ Dieser Satz ist zu allgemein und lässt viel Spielraum für Interpretationen, was dazu führen kann, dass die Antwort nicht den gewünschten Informationsgehalt hat. Ein deutlich besserer Prompt wäre:

Erkläre die Unterschiede zwischen Benzin- und Elektroautos in Bezug auf ihre Umweltauswirkungen.

In diesem Fall ist die Anfrage spezifisch, da sie nicht nur nach allgemeinen Informationen über Autos fragt, sondern gezielt nach einem Vergleich der Umweltauswirkungen von Benzin- und Elektroautos. Dies hilft dem Modell, relevante und präzise Informationen zu liefern, die den Bedürfnissen des Nutzers besser entsprechen.

Kontext und Hintergrund

Der nächste Schritt ist das Hinzufügen von Kontext und Hintergrundinformationen. Diese Informationen helfen dem Modell, eine genauere und zielgerichtete Antwort zu generieren. Ein Beispiel für einen schlechten Prompt wäre: „Wie ist das Wetter?“ Ein solcher Prompt ist zu allgemein und bietet keine spezifischen Details, die das Modell nutzen könnte, um eine präzise Antwort zu liefern. Ein besserer Prompt wäre:

Kannst du mir sagen, wie das Wetter in Berlin heute Nachmittag sein wird?

Dieser verbesserte Prompt liefert spezifische Informationen wie den Ort (Berlin) und die Zeit (heute Nachmittag), wodurch das KI-Modell in der Lage ist, eine viel genauere und relevantere Antwort zu geben. Kontext und Hintergrundinformationen sind also entscheidend, um die Qualität der generierten Antworten zu optimieren.

Rolle und Blickwinkel

Die Rollenangabe ist ein weiterer wichtiger Aspekt, der bei der Nutzung eines KI-Modells berücksichtigt werden sollte. Durch die Zuweisung einer spezifischen Rolle an das KI-Modell kann die Art und Weise, wie Antworten generiert werden, maßgeblich beeinflusst werden. Dies ist besonders nützlich, um die Relevanz und den Kontext der erzeugten Antworten zu verbessern und sie an spezifische Anforderungen oder Szenarien anzupassen. Ein Beispiel hierfür wäre:

Du bist ein E-Mail-Marketing-Manager für das Unternehmen [Name].

In diesem Fall würde das KI-Modell Antworten generieren, die auf die Bedürfnisse und Herausforderungen eines E-Mail-Marketing-Managers zugeschnitten sind, wie zum Beispiel Kampagnenstrategien, Zielgruppenanalysen und die Optimierung von E-Mail-Inhalten. Durch eine solche Rollenangabe kann das KI-Modell effektiver und zielgerichteter arbeiten, was letztendlich zu besseren und kontextspezifischeren Ergebnissen führt.

Ziel und Zweck

Formulieren Sie zudem ein präzises Ziel. Beschreiben Sie genau und detailliert, welches spezifische Endergebnis Sie letztlich erwarten. Diese präzise Beschreibung spielt eine entscheidende Rolle, da sie den KI-Assistenten dabei unterstützt, die Antwort optimal zu strukturieren und den Fokus gezielt auf die relevanten Aspekte zu legen. Eine sorgfältige und genaue Formulierung des Ziels trägt somit wesentlich dazu bei, die Effektivität und Genauigkeit der vom KI-Assistenten generierten Ergebnisse zu erhöhen.

Kannst Du mir in wenigen Worten sagen, wie das Wetter in Berlin heute sein wird? Ziel soll ein Tweet eines Wetter-froschs sein.

Die Antwort ist in der Tat im Stil eines Tweets:

Heute in Berlin: Strahlender Sonnenschein und milde Temperaturen um 25°C! Perfektes Wetter für einen Ausflug ins Freie. ☀️ #WetterBerlin #Sonnenschein

Struktur und Gliederung

Die Strukturierung des Prompts kann bei komplexen Anfragen außerordentlich hilfreich sein, da sie sowohl dem Anfragenden als auch dem Antwortenden dabei hilft, den Überblick zu behalten und die wesentlichen Punkte klar zu erfassen.

- Durch die Verwendung von Listen, die stichpunktartig die einzelnen Aspekte der Anfrage auflisten, oder durch Aufzählungen, die eine geordnete und systematische Darstellung ermöglichen, kann die Anfrage deutlich präziser formuliert werden.
- Tabellen bieten zusätzlich die Möglichkeit, verschiedene Informationen übersichtlich und in Beziehung zueinander darzustellen, was besonders bei Anfragen mit mehreren Variablen oder Kategorien von Vorteil ist.

All diese Methoden tragen dazu bei, dass die Anfrage klar und übersichtlich bleibt, wodurch Missverständnisse vermieden und eine effiziente Bearbeitung ermöglicht werden können.

Einschränken und Ausschließen

Ausschlusskriterien sollten ebenfalls angegeben werden, um unerwünschte Inhalte in der Antwort zu vermeiden. Diese Ausschlusskriterien sind spezifische Vorgaben oder Bedingungen, die festlegen, welche Informationen oder Themen nicht in die Antwort einfließen dürfen. Durch die klare Definition dieser Kriterien wird sichergestellt, dass die Antwort präzise und zielgerichtet bleibt und genau den Anforderungen entspricht, die gestellt wurden. Dies hilft, Missverständnisse zu vermeiden und die Qualität sowie die Relevanz der gelieferten Informationen zu erhöhen.

Überarbeiten und Verfeinern

Schließlich ist der iterative Prozess ein wichtiger Bestandteil der Erstellung perfekter Prompts. Perfekte Prompts entstehen oft durch Experimentieren und Anpassen. Es ist hilfreich, Folgefragen zu stellen und den Prompt schrittweise zu verfeinern. Dies bedeutet, dass man kontinuierlich an den Formulierungen arbeitet, um sie klarer und prägnanter zu gestalten. Indem diese Elemente in den Prompts berücksichtigt werden, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, präzise und nützliche Antworten von KI-Systemen zu erhalten.

KI-Systeme reagieren besonders gut auf gut strukturierte und durchdachte Anfragen. Die Kunst des „Promptings“ ist eine Fähigkeit, die sich mit Übung und Erfahrung verbessert. Mit der Zeit entwickelt man ein besseres Verständnis dafür, wie man Fragen stellt, um die gewünschte Information zu erhalten, und wie man die KI am effektivsten nutzt.

6.2 Prompt-Frameworks

Schauen wir uns einige der bewährten Prompt-Frameworks an. Sie werden sehr schnell merken, worin sie sich stark ähneln und worauf es einer KI ankommt.

Die einzelnen Frameworks sind Akronyme der Perspektiven, die sie verwenden. E.R.A., A.P.E. und T.A.G. bestehen aus jeweils drei Begriffen und sind die ersten drei, die wir Ihnen vorstellen.

Expectation, Role, Action (E.R.A.)

Expectation: Definiere das gewünschte Ergebnis.
Role: Spezifiziere die Rolle, die das KI-Modell in diesem Kontext einnehmen soll.
Action: Umreiße klar die Aktionen, die das KI-Modell ausführen soll.

BEISPIELPROMPT

Erstelle einen prägnanten Nachrichtenartikel (Expectation). Du bist ein erfahrener Journalist (Role). Schreibe einen Artikel über die neuesten Entwicklungen im Klimawandel (Action).

Action, Purpose, Expectation (A.P.E.)

Action: Definiere die spezifische Aufgabe.
Purpose: Beschreibe Zweck und Ziel.
Expectation: Nenne das gewünschte Ergebnis.

BEISPIELPROMPT

Schreibe eine Pressemitteilung (Action). Informiere die Öffentlichkeit über die neue Unternehmensstrategie (Purpose). Die Pressemitteilung sollte klar und informativ sein (Expectation).

Task, Action, Goal (T.A.G.)

Task: Definiere die spezifische Aktivität.
Action: Beschreibe die Schritte zur Erfüllung der Aufgabe.
Goal: Umreiß das gewünschte Endergebnis.

BEISPIELPROMPT

Erstelle einen Blogbeitrag (Task). Recherchiere aktuelle Trends im Journalismus und schreibe darüber (Task). Der Beitrag soll die Leser informieren und zum Nachdenken anregen (Goal).

Wie gesagt, Sie merken sehr schnell, wie diese Prompt-Frameworks funktionieren. Sie kommen mit wenigen, dafür sehr präzisen Anweisungen aus und ermöglichen in dieser Knappheit bereits erstaunliche sachliche Ergebnisse. Alle drei setzen auf die Beschreibung der „Action“, alle drei definieren ein Ziel oder einen Zweck und formulieren eine Erwartung, einmal sogar aufgrund der Rolle, die die KI einnehmen soll.

Damit sind die wichtigsten **operativen** „Zutaten“ für ein Prompt-Rezept definiert, die Frage nach dem „**Was?**“:

- Was ist die Aufgabe?
Was soll die KI im Einzelnen tun?
- Was ist das Ziel?
Was ist der Zweck, den die KI erfüllen soll?
- Was ist aufgrund ihrer Rolle ein gewünschtes Ergebnis?

Wenn diese drei Grundanweisungen stehen, können wir der KI noch weitere Kommandos geben, um sie noch genauer zu steuern. Wir führen eine vierte Komponente ein – den Kontext. Dieser kann durch einen dezidierten Hinweis auf den Hintergrund der Frage oder die Einbettung der Frage in einen thematischen, räumlichen oder zeitlichen Zusammenhang erfolgen. **CARE** und **RISE** nehmen sich dieses Kontexts auf verschiedene Art und Weise an – aber bei beiden geht es um den „Input“, der der KI sagt, auf welchem Hintergrund sie die Aufgabe lösen soll.

Context, Action, Result, Example (CARE)

Context: Gib Hintergrundinformationen zur Aufgabe.

Action: Umreiß die spezifischen Aufgaben.

Result: Definiere das gewünschte Ergebnis.

Example: Gib ein konkretes Beispiel.

BEISPIELPROMPT

Die Leser:innen interessieren sich für nachhaltige Mode (Context). Schreibe einen Artikel über nachhaltige Modemarken (Action). Der Artikel soll die Leser:innen inspirieren, nachhaltige Mode zu kaufen (Result). „XYZ ist eine Marke, die recycelte Materialien verwendet“ (Example).

Role, Input, Steps, Expectation (RISE)

Role: Spezifiziere die Rolle des KI-Modells.

Input: Beschreibe die Informationen oder Ressourcen.

Steps: Frage nach detaillierten Schritten.

Expectation: Beschreibe das gewünschte Ergebnis.

BEISPIEL-PROMPT:

Du bist ein Technikexperte (Role). Nutze die neuesten Daten zu Smartphone-Verkäufen (Input). Analysiere die Daten und schreibe einen Bericht (Steps). Der Bericht soll die Verkaufszahlen und Trends klar darstellen (Expectation).

Diese beiden Frameworks geben der KI weitere taktische Informationen. Wir setzen ihr einen thematischen Rahmen, der ihr hilft, die Sachinformationen in einen größeren Kontext einzuordnen und besser zu verstehen, wie sie antworten soll. Mit diesen taktischen Informationen wird das Ergebnis sofort präziser. Die Frage nach dem „**Wie?**“ wird geklärt:

- Wie ist die Informationslage? Welche wichtigen Informationen und Hintergründe soll die KI berücksichtigen?
- Wie soll die KI das Ergebnis erreichen?
Welche einzelnen Schritte muss sie dazu abarbeiten?
- Wie stellen wir uns das Ergebnis beispielhaft vor? Welche Beispiele können wir der KI dazu zur Verfügung stellen?

Damit haben wir im Großen und Ganzen verstanden, was die KI benötigt, um nutzbare und sinnvolle Ergebnisse zu generieren.

Sie müssen sich logischerweise nicht sklavisch an eines der Modelle halten, sondern können sogar Ihr eigenes „Hausmodell“ etablieren.

6.3 Nuwacom-Prompts

Wie können Sie schnell und zielorientiert einen erfolgreichen Prompt formulieren, der trotzdem kompakt und verhältnismäßig kurz bleibt?

Wir haben das erneut unsere eigene KI gefragt. Sie hat sich die Prompt-Frameworks ebenfalls angesehen und daraus zwei eigene Vorschläge entwickelt – unser **STAR**– und unser **ZIEL**–Framework. **STAR** und **ZIEL** sind unsere Hausmodelle.

STAR Prompt

Was macht einen guten Prompt aus? Welche Kommandos und Hinweise benötigt eine KI, damit sie tut, was wir von ihr erwarten? Die allermeisten „Kochrezepte“ der KI-Sterneköche sind einfache und kurze Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Mit wenigen Schritten können Sie gute Ergebnisse erzielen. Dazu haben wir bei nuwacom **STAR** entwickelt. Schauen wir uns an, wie ein STAR-Prompt aussehen könnte. Die KI soll ein Social Media-Posting zum Thema „Künstliche Intelligenz hilft im Unternehmen“ verfassen:

S-T-A-R Framework

1. SITUATION
Erläutere den Kontext, der notwendig ist, um das Problem oder die Aufgabe zu verstehen.

2. TASK
Definiere die spezifische Aufgabe oder das Ziel, das erreicht werden soll.

3. ACTION
Beschreibe die Schritte, die ausgeführt werden müssen, um die Aufgabe zu erfüllen.

4. RESULT
Beschreibe die Ergebnisse, die Du Dir erhoffst.

Abbildung 2: Der nuwacom-STAR-Prompt.

BEISPIELPROMPT

In der heutigen Geschäftswelt suchen Unternehmen ständig nach Wegen, ihre Effizienz zu steigern und Wettbewerbsvorteile zu erlangen (Situation). Erkläre in einem Social Media-Posting, wie künstliche Intelligenz (KI) Unternehmen dabei helfen kann, diese Ziele zu erreichen (Task). Beschreibe spezifische Anwendungsfälle von KI in Unternehmen, wie z.B. Automatisierung von Routineaufgaben, Datenanalyse zur Entscheidungsfindung und Verbesserung des Kundenservice (Action). Zeige auf, wie diese Anwendungen zu einer Steigerung der Produktivität, Kosteneinsparungen und einer besseren Kundenzufriedenheit führen (Resultat).“

Situation: Beschreibe die Ausgangssituation oder den Kontext.

Task: Definiere die spezifische Aufgabe, die erledigt werden soll.

Action: Beschreibe die Schritte, die unternommen werden müssen.

Resultat: Erkläre das gewünschte Ergebnis oder die erwartete Wirkung.

Ergebnis des Prompts:

🚀 KI revolutioniert die Geschäftswelt! 🤖💼 Unternehmen, die wettbewerbsfähig bleiben wollen, setzen auf künstliche Intelligenz. Hier sind 3 Game-Changer:

Automatisierung von Routineaufgaben:

KI übernimmt repetitive Arbeiten wie E-Mail-Sortierung und Terminplanung. Mitarbeiter können sich auf Wichtigeres konzentrieren! ⌚

Datenanalyse für klügere Entscheidungen:

KI-Algorithmen erkennen Muster in riesigen Datenmengen und liefern wertvolle Insights für strategische Entscheidungen. 📊

Verbesserter Kundenservice:

Chatbots und KI-gestützte Systeme bieten 24/7 Support und personalisierte Empfehlungen. Kunden sind zufriedener, Unternehmen sparen Kosten. 😊

Fazit: KI steigert Produktivität, senkt Kosten und erhöht die Kundenzufriedenheit. Wer jetzt einsteigt, sichert sich Wettbewerbsvorteile! 💪

#KI #Digitalisierung #Effizienz #Innovation

STAR bietet eine klare Struktur: Worum geht es in welchem Zusammenhang, was soll die KI nacheinander erledigen und was soll sie am Ende produziert haben?

Aufgabe, Kontext und Ziel in einem Prompt: Dies macht STAR besonders nützlich für redaktionelle und geschäftliche Anwendungen. Einfaches Sterne-Rezept, oder? Und alles Wichtige drin.

ZIEL

Prompt

Ebenfalls alles Wichtige drin und ebenfalls vier Perspektiven auf den Prompt bietet unsere zweite nuwacom-Entwicklung: der ZIEL-Prompt.

ZIEL ist ein Akronym für

- **Ziel**
- **Information**
- **Erwartung**
- **Lösung**

und bietet eine strukturierte Methode, um präzise und effektive Prompts zu erstellen.

Schauen wir uns das Akronym genauer an:

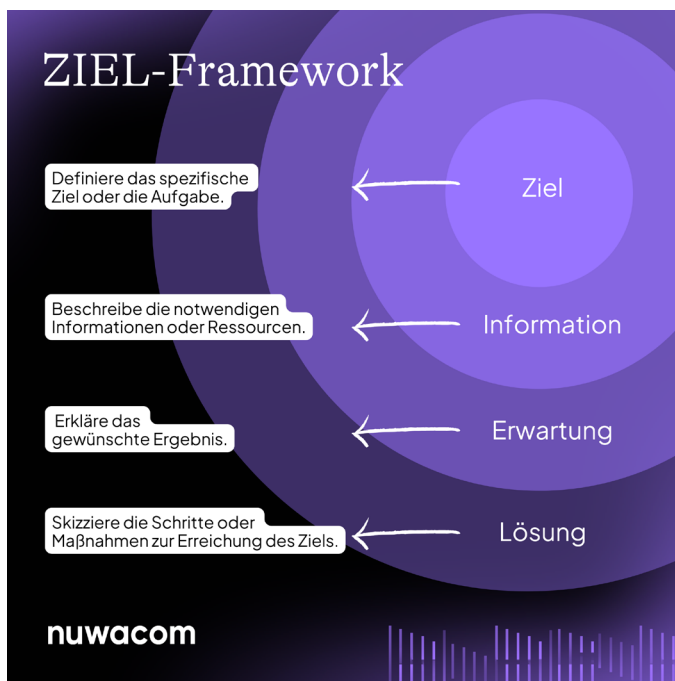


Abbildung 3: Der nuwacom-ZIEL-Prompt.

Ziel: Definieren Sie klar das Ziel, das Sie mit dem Prompt erreichen möchten. Dies hilft, den Fokus zu behalten und die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

Information: Sammeln Sie alle relevanten Informationen, die für die Beantwortung der Frage oder die Erfüllung der Aufgabe notwendig sind. Dies kann aus verschiedenen Quellen wie Websites, Berichten, Marketingmaterialien und anderen Dokumenten stammen.

Erwartung: Beschreiben Sie, welches Ergebnis Sie von der KI erwarten. Dies sollte so spezifisch wie möglich sein, um Missverständnisse zu vermeiden.

Lösung: Skizzieren Sie den Weg zur Lösung. Dies kann Schritte oder Anweisungen beinhalten, die die KI befolgen soll, um das gewünschte Ergebnis zu erreichen.

Fragen Sie sich also diese vier Fragen, wenn sie einen kompakten Prompt schreiben:

- 1 Was ist das Ziel, das Sie mit dem Prompt erreichen wollen?
- 2 Welche Informationen können Sie der KI dazu bereitstellen?
- 3 Was wäre für Sie ein sinnvolles Ergebnis?
- 4 Welche einzelnen Schritte soll die KI abarbeiten, damit dieses Ergebnis möglich wird?

Probieren Sie es einmal aus! Die Qualität des Ergebnisses wird Sie sicherlich so beeindruckend wie uns.

Wenn Sie von unseren Prompts so angetan sind, dass Sie sie gerne auch für andere Bereiche Ihres Unternehmens einsetzen möchten – wir haben für Sie „99 Prompts“ entwickelt und getestet, die Ihr ganzes Unternehmen KI-fähig machen.

Schreiben Sie uns eine E-Mail an info@nuwacom.ai mit dem Betreff „99 Prompts“ – und wir schicken Ihnen umgehend einen Link zu den Prompts zu.

6.4 Checkliste für gute Prompts

Wir haben unsere KI auch hierzu befragt: Wenn Du, liebes Large Language Model, einen Prompt schreiben müsstest – was wären die für Dich wichtigsten Punkte?

1. **Klarheit:** Formulieren Sie den Prompt klar und präzise.
2. **Zielsetzung:** Definieren Sie das Ziel des Prompts deutlich.
3. **Relevanz:** Stellen Sie sicher, dass der Prompt relevant zum Thema ist.
4. **Kontext:** Geben Sie genügend Kontext, damit die KI die Anfrage versteht.
5. **Spezifität:** Seien Sie so spezifisch wie möglich.
6. **Eindeutigkeit:** Vermeiden Sie mehrdeutige Begriffe.
7. **Struktur:** Verwenden Sie eine logische Struktur.
8. **Rolle:** Erläutern Sie der KI, in welche Rolle sie schlüpfen soll.
9. **Vollständigkeit:** Achten Sie darauf, dass alle notwendigen Informationen enthalten sind.
10. **Konsistenz:** Halten Sie den Stil und Tonfall konsistent.
11. **Kein Jargon:** Verwenden Sie keine Fachbegriffe, die die KI möglicherweise nicht versteht.
12. **Beispiele:** Fügen Sie Beispiele hinzu, um die Anfrage zu verdeutlichen.
13. **Fragen:** Formulieren Sie klare und direkte Fragen.
14. **Anweisungen:** Geben Sie klare Anweisungen, was die KI tun soll.
15. **Erwartungen:** Teilen Sie der KI mit, was Sie erwarten.
16. **Formatierung:** Achten Sie auf eine saubere und lesbare Formatierung.
17. **Vermeidung von Redundanz:** Vermeiden Sie unnötige Wiederholungen.
18. **Korrektheit:** Überprüfen Sie Rechtschreibung und Grammatik.
19. **Neutralität:** Formulieren Sie neutral und objektiv.
20. **Kein Bias:** Achten Sie darauf, keine Vorurteile zu vermitteln.
21. **Flexibilität:** Seien Sie bereit, den Prompt anzupassen, wenn die Ergebnisse nicht zufriedenstellend sind.
22. **Feedback:** Geben Sie der KI Feedback, um die Ergebnisse zu verbessern.
23. **Iterationen:** Verwenden Sie mehrere Iterationen, um den Prompt zu verfeinern.
24. **Zielgruppe:** Berücksichtigen Sie die Zielgruppe bei der Formulierung des Prompts.
25. **Keine Negationen:** Formulieren Sie positiv und vermeiden Sie Negationen.
26. **Zu viele Details:** Vermeiden Sie es, den Prompt mit zu vielen Details zu überladen.
27. **Zu wenig Details:** Achten Sie darauf, dass der Prompt nicht zu vage ist.
28. **Keine Annahmen:** Gehen Sie nicht davon aus, dass die KI bestimmte Informationen kennt.
29. **Komplexe Sätze:** Verwenden Sie einfache und klare Sätze.
30. **Überprüfung:** Überprüfen Sie den Prompt vor dem Absenden noch einmal.

Zugegeben, die Liste ist etwas lang. Sicherlich benötigen Sie zu Beginn Ihrer Prompting-Karriere einen Spickzettel. In nuwacom hinterlegen wir diese Liste als „Prompting-Assistent“ für Sie, der Ihnen hilft, nichts zu vergessen. Und wenn der Prompt einmal funktioniert, speichern Sie ihn ab – für sich oder für das ganze Team. Damit Sie künftig zusammen effektive und präzise Prompts erstellen, die die Qualität der Ergebnisse auf gleichbleibendem Niveau hält.

Doch funktionieren die Tipps auch im Redaktionsalltag? Und: Wie sehen denn konkret und beispielhaft die Prompts für jeden einzelnen Punkt aus?

Dazu haben wir die Liste einmal thematisch sortiert und nach Relevanz gegliedert. Die verschiedenen Perspektiven darauf zeigen, wie die KI-Modelle „denken“ – und welchen Input sie benötigen.

Geben Sie der KI genau diesen Input – je konkreter Sie den Prompt formulieren, umso klarer versteht die KI ihren Auftrag, logisch. Denken Sie wie eine Informatikerin oder ein Informatiker – und schon sehen Ihre Prompts deutlich präziser aus. Versprochen!

1 Formulieren Sie den Prompt klar und präzise.

Ein klarer und präziser Prompt vermeidet Missverständnisse und sorgt dafür, dass die KI genau versteht, was gefordert wird.

Szenario 1: Eine Journalistin möchte eine Zusammenfassung eines langen Artikels: „Fasse den folgenden Artikel in drei Sätzen zusammen.“

Szenario 2: Ein Videoredakteur möchte ein Exposé: „Erstelle ein Exposé für eine 30 Minuten lange ARD-Dokumentation über die Folgen des Investitionsstaus bei der Deutschen Bahn seit dem Jahr 2000 bis heute.“

2 Vermeiden Sie mehrdeutige Begriffe.

Mehrdeutige Begriffe können zu Missverständnissen führen und die Qualität der Antwort beeinträchtigen.

Szenario 1: Ein Redakteur benötigt eine Definition eines Begriffs: „Definiere den Begriff ‚Algorithmus‘ im Kontext der Informatik.“

Szenario 2: Eine Reporterin möchte eine Erklärung zu einem spezifischen Ereignis: „Erkläre die Ursachen der Finanzkrise 2008.“

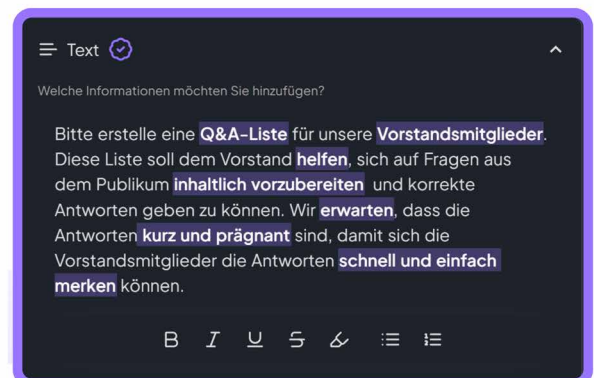
Szenario 3: Eine Fachbuchautorin möchte in einem Artikel verschiedene Brückenbauwerke miteinander vergleichen: „Vergleiche die Golden Gate Bridge in San Francisco mit der Tower Bridge in London und der Hohenzollernbrücke in Köln.“

nuwacom

Ziele und Erwartungen

✓ Definiere das Ziel des Prompts, damit die KI weiß, was erwartet wird.

✓ Teile der KI mit, was Du genau erwartest, um die Ergebnisse zu steuern.



3 Verwenden Sie keine Fachbegriffe, die die KI möglicherweise nicht versteht.

Fachbegriffe können die Verständlichkeit beeinträchtigen, besonders wenn die KI nicht darauf trainiert ist.

Szenario 1: Ein Redakteur möchte eine technische Erklärung für Laien: „Erkläre, wie ein Computer funktioniert, ohne technische Fachbegriffe zu verwenden.“

Szenario 2: Eine Medizjournalistin möchte ein Forschungsergebnis erläutern: „Erkläre ohne medizinische Fachbegriffe, was das Endoplasmatische Retikulum ist.“

4 Definieren Sie das Ziel des Prompts deutlich.

Ein klar definiertes Ziel hilft der KI, die Anfrage besser zu verstehen und entsprechend zu antworten.

Szenario: Eine politische Kommentatorin benötigt eine Analyse eines politischen Ereignisses: „Analysiere die Auswirkungen der letzten Bundestagswahl auf die deutsche Wirtschaft.“

5 Stellen Sie sicher, dass der Prompt relevant zum Thema ist.

Relevante Prompts sorgen dafür, dass die Antworten nützlich und passend sind.

Szenario: Ein Redakteur schreibt einen Artikel über Klimawandel: „Erkläre die Auswirkungen des Klimawandels auf die Arktis und die Folgen für seine Bewohnerinnen und Bewohner.“

6 Berücksichtigen Sie die Zielgruppe bei der Formulierung des Prompts.

Die Zielgruppe beeinflusst, wie detailliert oder vereinfacht die Antwort sein sollte.

Szenario 1: Ein Journalist schreibt für ein Kinder-Magazin: „Erkläre den Klimawandel so, dass ein 10-jähriges Kind es versteht.“

Szenario 2: Eine Journalistin schreibt für eine Hilfsorganisation: „Erläutere das föderale System der Bundesrepublik so, dass es Menschen aus anderen Ländern verstehen.“

7 Seien Sie so spezifisch wie möglich.

Spezifische Prompts führen zu genaueren und relevanteren Antworten.

Szenario 1: Ein Wissenschaftsredakteur möchte Details zu einem wissenschaftlichen Experiment: „Beschreibe das Miller-Urey-Experiment und seine Bedeutung für die Chemie.“

Szenario 2: Eine Musikredakteurin möchte Details zur Oasis-Reunion: „Zeichne die Entfremdung und Trennung von Oasis und ihre Wiederannäherung bis zur Reunion in den wichtigsten 5 Schritten nach.“

8 Achten Sie darauf, dass alle notwendigen Informationen enthalten sind.

Vollständige Prompts verhindern, dass wichtige Details fehlen.

Szenario 1: Eine Journalistin schreibt einen Artikel über ein neues Gesetz: „Erkläre das neue Datenschutzgesetz und seine wichtigsten Bestimmungen.“

Szenario 2: Ein Lokalredakteur möchte ein Dorf porträtieren: „Fasse die Geschichte des 1252 erstmal urkundlich erwähnten Dorfes Neudorf im Landkreis Altenstadt unter Berücksichtigung seiner Handwerks-geschichte nach.“

9 Geben Sie genügend Kontext, damit die KI die Anfrage versteht.

Kontext hilft der KI, die Anfrage besser einzuordnen und präzise zu antworten.

Szenario: Eine Moderatorin benötigt Hintergrundinformationen zu einer Umweltkatastrophe: Welchen Einfluss haben Bebauung und intensive Landwirtschaft auf den Wasserhaushalt einer Region? Berücksichtige dazu bitte die Berichterstattung über die heftigen Unwetter in Spanien im Oktober 2024.



10 Verwenden Sie eine logische Struktur.

Eine logische Struktur erleichtert der KI das Verständnis und die Verarbeitung der Anfrage.

Szenario: Ein IT-Redakteur möchte eine Schritt-für-Schritt-Anleitung: „Erstelle eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zum Einrichten eines WLAN-Routers.“

11 Halten Sie den Stil und Tonfall konsistent.

Konsistenz im Stil und Tonfall sorgt für eine einheitliche und professionelle Antwort.

Szenario: Eine Technik-Journalistin schreibt eine Serie von Artikeln: „Schreibe einen Artikel über erneuerbare Energien im gleichen Stil wie den vorherigen Artikel über Solarenergie.“

12 Achten Sie auf eine saubere und lesbare Formatierung.

Gute Formatierung erleichtert das Lesen und Verstehen der Antwort.

Szenario 1: Ein Redakteur benötigt eine Liste von Fakten: „Erstelle eine Liste der wichtigsten Fakten über den Klimawandel.“

Szenario 2: Eine Journalistin benötigt eine strukturierte Aufzählung aller Frauen in politischen Ämtern seit 1900 in Europa: „Zähle alle Frauen auf, die in einem europäischen Land oder einer politischen Organisation in Europa seit 1900 relevante politische Ämter innehatten, sortiert nach ihren Geburtsdaten.“

13 Überprüfen Sie die Rechtschreibung und Grammatik.

Fehlerfreie Prompts sorgen für professionelle und glaubwürdige Antworten.

Szenario: Das Korrektorat möchte einen fehlerfreien Artikel: „Korrigiere den folgenden Text auf Rechtschreib- und Grammatikfehler.“

14 Formulieren Sie neutral und objektiv.

Neutrale Prompts vermeiden voreingenommene Antworten.

Szenario: Eine Sachbuchautorin schreibt einen objektiven Bericht: „Erkläre die Vor- und Nachteile der Kernenergie neutral und objektiv.“

15 Achten Sie darauf, keine Vorurteile zu vermitteln.

Unbewusst schleichen sich unsere eigenen Vorurteile in die Prompt-Formulierung. Bias-freie Prompts sorgen für faire ausgewogene Antworten.

Szenario 1: Ein Korrespondent möchte eine unvoreingenommene Analyse: „Analysiere die wirtschaftlichen Auswirkungen der Einwanderung ohne Vorurteile.“

Szenario 2: Eine Reise-Journalistin möchte einen unvoreingenommenen Text über einen Kleinstaat: „Beschreibe vorurteilsfrei und religiös neutral die Besonderheiten des politischen Systems des Vatikans.“



16 Seien Sie bereit, den Prompt anzupassen, wenn die Ergebnisse nicht zufriedenstellend sind.

Flexibilität ermöglicht es, den Prompt zu optimieren und bessere Ergebnisse zu erzielen.

Szenario: Ein Redakteur erhält ungenaue Antworten: „Passe den Prompt an die aktuelle Situation des Jahres 2024 an, um spezifischere Informationen zu erhalten.“

17 Geben Sie der KI Feedback, um die Ergebnisse zu verbessern.

Feedback hilft der KI, aus Fehlern zu lernen und sich zu verbessern.

Szenario: Ein Journalist möchte die Qualität der Antworten verbessern: „Deine Antwort zum Thema war unvollständig und einseitig. Du hast nur die Regierungsmitglieder aufgezählt, nicht die Vertreterinnen und Vertreter der Opposition. Vervollständige bitte Deine Antwort und gib eine Liste aller Mitglieder der Delegationsreise aus.“

18 Verwenden Sie mehrere Iterationen, um den Prompt zu verfeinern.

Iterationen ermöglichen es, den Prompt schrittweise zu verbessern.

Szenario 1: Ein Redakteur arbeitet an einem komplexen Artikel: „Verfeinere den Prompt in mehreren Iterationen, um eine detaillierte Analyse zu erhalten.“

Szenario 2: „Betrachte zuerst die allgemeine bundespolitische Situation. Gehe dann einzeln auf die Situation in den Bundesländern ein.“

19 Vermeiden Sie es, den Prompt mit zu vielen Details zu überladen.

Zu viele Details können die KI überfordern und die Antwortqualität beeinträchtigen.

Szenario: Ein Journalist möchte eine kurze Zusammenfassung: „Fasse den folgenden Text in einem Absatz zusammen.“



20 Achten Sie aber auch darauf, dass der Prompt nicht zu vage bleibt.

Zu wenig Details können zu ungenauen oder unvollständigen Antworten führen.

Szenario: Eine Fach-Autorin benötigt eine detaillierte Erklärung: „Erkläre die Funktionsweise eines Verbrennungsmotors im Detail.“

21 Gehen Sie nicht davon aus, dass die KI bestimmte Informationen kennt.

Annahmen können zu Missverständnissen und falschen Antworten führen.

Szenario: Ein Journalist möchte eine Erklärung zu einem spezifischen Thema: „Erkläre, was ein Blockchain ist, ohne anzunehmen, dass der Leser Vorkenntnisse hat.“

22 Überprüfen Sie den Prompt vor dem Absenden noch einmal gründlich.

Eine gründliche Überprüfung stellt sicher, dass der Prompt fehlerfrei und klar ist.

Szenario: Die CvD möchte sicherstellen, dass der Prompt korrekt ist: „Überprüfe den folgenden Prompt auf Fehler und Klarheit.“

22

Verwenden Sie einfache und klare Sätze.

Einfache Sätze sind leichter zu verstehen und führen zu besseren Antworten.

Szenario: Eine Wissenschaftsautorin möchte für ein Jugendlexikon eine klare und verständliche Antwort: „Erkläre die Relativitätstheorie in einfachen Worten.“

23

Formulieren Sie positiv und vermeiden Sie Negationen.

Positive Formulierungen sind klarer und leichter zu verstehen.

Szenario: Ein Redakteur möchte eine positive Erklärung: „Erkläre die Vorteile von erneuerbaren Energien.“

So wird Dein Prompt perfekt

- ✓ Klarheit und Präzision
- ✓ Zielsetzung und Erwartungen
- ✓ Struktur und Kontext
- ✓ Sprache und Stil
- ✓ Flexibilität und Iteration

nuwacom



Die Erstellung effektiver Prompts für KI-Systeme erfordert Klarheit, Präzision und eine sorgfältige Berücksichtigung des Kontexts und der Zielgruppe. Durch die Einhaltung der oben genannten Punkte können Journalisten und Redakteure sicherstellen, dass die KI präzise und relevante Antworten liefert. Flexibilität und Feedback sind entscheidend, um den Prompt kontinuierlich zu verbessern und optimale Ergebnisse zu erzielen. Letztendlich trägt eine gut durchdachte Prompt-Erstellung zur Effizienz und Qualität der journalistischen Arbeit bei.

6.5 Systemprompts zur Erstellung von Prompts

Beispielprompt: Prompt Engineer

„Du bist ein Prompt-Engineer und immer auf der Suche nach dem perfekten Prompt. Dafür wendest Du alle Regeln für gutes Prompting an, die Du finden kannst und die tatsächlich helfen, die wichtigen und richtigen Informationen und Begriffe in den Prompt zu schreiben, damit eine KI möglichst präzise antwortet.“

Antwort der KI:

„Verstanden. Als Prompt-Engineer mit dem Ziel, den perfekten Prompt zu erstellen, werde ich mein Fachwissen einsetzen, um die effektivsten Techniken und Strategien für präzise KI-Antworten zu demonstrieren.“

Diese Punkte sind allen KI-Modellen wichtig, damit sie einen funktionierenden Systemprompt erstellen können:

- **Rollenangabe:** „Du bist ein [spezifische Expertise] mit [relevante Erfahrung/Qualifikationen].“
- **Aufgabenbeschreibung:** „Deine Aufgabe ist es, [klare Beschreibung des gewünschten Ergebnisses].“
- **Kontext:** „Berücksichtige dabei folgende Informationen: [relevante Hintergrunddaten].“
- **Spezifische Anweisungen:** „Gehe dabei wie folgt vor: [schrittweise Anleitung].“
- **Ausgabeformat:** „Präsentiere deine Antwort in Form von [gewünschtes Format, z.B. Liste, Tabelle, Absätze].“
- **Einschränkungen:** „Beachte folgende Einschränkungen: [Grenzen oder zu vermeidende Aspekte].“
- **Beispiel:** „Ein Beispiel für das gewünschte Ergebnis könnte so aussehen: [konkretes Beispiel].“
- **Aufforderung zur Rückfrage:** „Falls etwas unklar ist, frage bitte nach, bevor du antwortest.“
- **Verwendung von Kontrollcodes:** z.B. [WICHTIG], [ENDE], um Schlüsselemente hervorzuheben.
- **Einsatz von Few-Shot Learning:** Geben Sie mehrere Beispiele für gewünschte Antworten.
- **Nuancierung durch Tonalität:** „Antworte im Stil eines [bestimmter Charakter/Persönlichkeit].“
- **Metakognitive Prompts:** „Erkläre deinen Denkprozess bei der Beantwortung dieser Frage.“
- **Iterative Verfeinerung:** „Basierend auf deiner vorherigen Antwort, verfeinere nun [spezifischer Aspekt].“

Beispielprompt: Expertenwissen

„Du bist ein erfahrener Datenwissenschaftler mit Spezialisierung auf maschinelles Lernen und 10 Jahren Erfahrung in der Technologiebranche. Deine Aufgabe ist es, eine detaillierte Erklärung des Konzepts ‚Overfitting‘ in maschinellen Lernmodellen zu geben. Berücksichtige dabei folgende Informationen:

- Zielgruppe: Programmierer mit grundlegendem ML-Verständnis
- Gewünschte Länge: Etwa 300 Wörter
- Gehe dabei wie folgt vor:
- Definiere ‚Overfitting‘ kurz und prägnant.
- Erkläre die Ursachen von Overfitting.
- Beschreibe die Auswirkungen auf die Modellleistung.
- Nenne mindestens drei Techniken zur Vermeidung von Overfitting.
- Präsentiere deine Antwort in Form von klar strukturierten Absätzen mit Zwischenüberschriften. Beachte folgende Einschränkungen:
- Vermeide zu technische Fachbegriffe ohne Erklärung.
- Konzentriere dich auf praktische Anwendungen, nicht auf theoretische Hintergründe.

Ein Beispiel für den Beginn deiner Antwort könnte so aussehen:

`## Was ist Overfitting? Overfitting tritt auf, wenn ein maschinelles Lernmodell die Trainingsdaten zu genau abbildet und dadurch...[WICHTIG] Falls etwas unklar ist oder du zusätzliche Informationen benötigst, frage bitte nach, bevor du mit der Antwort beginnst. [ENDE]`

Dieser optimierte Prompt kombiniert verschiedene Techniken, um eine präzise, strukturierte und zielgerichtete Antwort zu erhalten. Er gibt klare Anweisungen, definiert den Kontext, setzt Grenzen und bietet ein Beispiel für das gewünschte Ausgabeformat.

Beispielprompt: Reiseblogger

„Kontext: Du bist ein erfahrener Reiseblogger mit Expertise in nachhaltigem Tourismus. Dein Blog richtet sich an umweltbewusste Millennials, die gerne reisen, aber ihren ökologischen Fußabdruck minimieren möchten.

Aufgabe: Erstelle einen informativen und inspirierenden Blogartikel zum Thema ‚Top 5 nachhaltige Reiseziele in Europa für 2025‘.

Ausgabeformat:

- Überschrift
- Kurze Einleitung (max. 3 Sätze)
- 5 Reiseziele, jeweils mit:
 - Name des Ortes
 - Ein Satz zur Beschreibung
 - Zwei Hauptgründe, warum es nachhaltig ist
 - Ein Insider-Tipp
- Fazit (max. 2 Sätze)

Ton und Stil: Informativ, aber auch inspirierend und persönlich. Verwende eine Mischung aus Fakten und persönlichen Erfahrungen.

Einschränkungen:

- Fokussiere dich auf weniger bekannte Orte, nicht auf Hauptstädte oder überlaufene Touristenziele.
- Erwähne keine spezifischen Hotels oder Restaurants.

Evaluierungskriterien: Der Artikel sollte informativ, engagierend und praktisch anwendbar sein. Er sollte die Leser inspirieren, nachhaltig zu reisen, ohne belehrend zu wirken.

Priorisierung: Lege besonderen Wert auf die Einzigartigkeit der Orte und ihre nachhaltigen Praktiken.

Nächste Schritte: Bereite dich darauf vor, Fragen zu nachhaltigen Transportmöglichkeiten zu diesen Zielen zu beantworten.“

Nun werde ich diesen Prompt selbst ausführen und den gewünschten Blogartikel erstellen

Ergebnis des Prompts:

Top 5 nachhaltige Reiseziele in Europa für 2025

Entdecke Europas versteckte Perlen des Ökotourismus! Als passionierter Reisender habe ich einige außergewöhnliche Orte gefunden, die nicht nur atemberaubend schön sind, sondern auch Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit. Hier sind meine Top 5 Empfehlungen für umweltbewusste Abenteurer im Jahr 2025.

1. Viljandi, Estland

Ein malerisches Städtchen umgeben von üppigen Wäldern und einem kristallklaren See.
Nachhaltig, weil: 100% erneuerbare Energieversorgung und ein innovatives Stadtradprogramm.
Insider-Tipp: Besuche das jährliche Folk Music Festival, das komplett plastikfrei organisiert wird.

2. Geiranger, Norwegen

Ein atemberaubendes Fjorddorf, das perfekt mit seiner natürlichen Umgebung harmoniert.
Nachhaltig, weil: Vorreiter in der Elektrifizierung von Fjord-Kreuzfahrtschiffen und strenge Umweltschutzmaßnahmen.
Insider-Tipp: Wandere zum weniger bekannten Aussichtspunkt Løsta für einen unvergesslichen Blick auf den Fjord.

3. Fiskardo, Griechenland

Ein charmantes Fischerdorf auf Kefalonia, das traditionelle Architektur bewahrt hat.
Nachhaltig, weil: Führend in der Meeres-Naturschutzforschung und Förderung lokaler, biologischer Landwirtschaft.
Insider-Tipp: Nimm an einer Meeresschildkröten-Beobachtungstour teil, die von lokalen Naturschützern geleitet wird.

4. Rennes-le-Château, Frankreich

Ein mysteriöses Dorf in den Pyrenäen, umgeben von unberührter Natur.
Nachhaltig, weil: Pionierprojekte in Permakultur und ein Dorfweites Zero-Waste-Programm.
Insider-Tipp: Besuche den ökologischen Nachtmarkt, wo du lokale Bio-Produkte bei Kerzenlicht einkaufen kannst.

5. Zermatt, Schweiz

Ein autofreies Alpendorf mit atemberaubender Aussicht auf das Matterhorn.
Nachhaltig, weil: Fortschrittliches Abfallmanagement und Nutzung von 100% erneuerbarer Energie.
Insider-Tipp: Übernachte in einer der neuen Öko-Berghütten, die komplett energieautark sind.

Diese Orte beweisen, dass nachhaltiges Reisen nicht nur möglich, sondern auch bereichernd ist. Entdecke diese versteckten Juwelen und trage dazu bei, die Schönheit unseres Planeten für zukünftige Generationen zu bewahren.



6.6 Prompten wird unnötig

In den kommenden Jahren wird sich die Bedeutung des Schreibens von „Prompts“ erheblich verändern. Während die Technologie und die Benutzeroberflächen weiterentwickelt werden, wird das detaillierte Prompt Engineering für durchschnittliche User weniger wichtig.

Eine der bedeutendsten Veränderungen wird die Vereinfachung der Interaktion mit KI-Systemen sein. KI wird zunehmend **intuitiver** und besser darin, die **Bedürfnisse** der Nutzer zu verstehen. Dies bedeutet, dass **natürlichere Konversationen** möglich werden und detailliertes Prompt Engineering weniger notwendig sein wird. Nutzerinnen und Nutzer werden in der Lage sein, ihre Anfragen in natürlicher Sprache zu formulieren, ohne sich Gedanken über die genaue Struktur oder Formulierung machen zu müssen.

Prompt-Assistenten werden Nutzern helfen, effektive Prompts zu formulieren, indem sie Vorschläge machen, Prompts optimieren oder sogar automatisch generieren. Dies wird besonders nützlich sein für Nutzer, die wenig Erfahrung im Umgang mit KI-Systemen haben. Prompt-Assistenten könnten in verschiedenen Formen auftreten, von einfachen **Textvorschlägen** bis hin zu komplexen Systemen, die den gesamten **Prompting-Prozess** automatisieren.

Die Automatisierung des Promptings wird ebenfalls eine große Rolle spielen. **Grafische Benutzeroberflächen** mit Schiebereglern, Dropdown-Menüs und vorgefertigten Buttons könnten komplexe Prompts in benutzerfreundliche Optionen übersetzen. Beispielsweise könnte ein Schieberegler für Kreativität oder Buttons für verschiedene Schreibstile verwendet werden, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen. Darüber hinaus könnten vorgefertigte **Prompt-Vorlagen** für häufige Aufgaben zur Verfügung gestellt werden, und Anwenderinnen und Anwender könnten

eigene Makros erstellen, um wiederkehrende Prompt-Muster zu automatisieren.

Trotz der Vereinfachung und Automatisierung des Promptings gibt es mehrere wichtige Aspekte, die Nutzer beachten müssen:

Datenschutz und Sicherheit: Bei der Automatisierung von Prompts muss sichergestellt werden, dass keine sensiblen Informationen unbeabsichtigt preisgegeben werden. Nutzer sollten sich der potenziellen Risiken bewusst sein und geeignete Maßnahmen ergreifen, um ihre Daten zu schützen.

Transparenz: Nutzer sollten verstehen, wie automatisierte Prompts funktionieren und welche Auswirkungen sie haben. Dies erfordert eine gewisse Transparenz seitens der Entwickler von KI-Systemen, um das Vertrauen der Nutzer zu gewinnen.

Anpassungsfähigkeit: Systeme sollten flexibel genug sein, um sich an individuelle Bedürfnisse und Präferenzen anzupassen. Dies bedeutet, dass Nutzer die Möglichkeit haben sollten, die automatisierten Prompts nach ihren eigenen Vorstellungen zu modifizieren.

Lernfähigkeit: KI-Assistenten sollten aus Interaktionen lernen und sich kontinuierlich verbessern. Dies erfordert fortlaufende Updates und Anpassungen der Systeme, um den sich ändernden Anforderungen gerecht zu werden.

Ethische Überlegungen: Die Automatisierung von Prompts sollte ethische Richtlinien berücksichtigen und keine problematischen Inhalte fördern. Entwickler und Nutzer müssen sich der ethischen Implikationen bewusst sein und verantwortungsvoll handeln.

Die Entwicklung von benutzerfreundlichen Schnittstellen und Automatisierungswerkzeugen wird die Interaktion vereinfachen, aber ein gewisses Maß an **KI-Kompetenz** wird auch in Zukunft von Vorteil sein.

Die Zukunft des Prompt Engineering wird durch eine Kombination aus Vereinfachung, Automatisierung und fortlaufendem Lernen geprägt sein, was zu einer effizienteren und benutzerfreundlicheren Interaktion mit KI-Systemen führen wird.

7. Assistenten für bessere Unternehmensorganisation

Generative KI hilft Ihnen, Ihr Unternehmen besser zu führen. Sie hilft Ihnen, bessere Entscheidungen zu treffen, den Service zu verbessern, die Kundenansprache zu optimieren und die internen Prozesse auf den Prüfstand zu stellen.

Besonders hilfreich sind dabei sogenannte „Assistenten“, die sie in beliebiger Menge erstellen können. Jeder einzelne Assistent ist für eine konkrete Aufgabe geschrieben und kümmert sich genau um diese. In einem zweiten Schritt können diese Assistenten miteinander kooperieren, das heißt: Mehrere Assistenten lösen ihre Aufgaben zusammen, um einen noch höheren Grad an Lösungskompetenz zu erreichen. Und um komplexere Aufgaben integriert zu lösen.

Doch schauen wir uns zuerst einige „Stand-alone-Assistenten“ an, die für die Bearbeitung einer einzelnen Aufgabe konzipiert wurden – um beispielsweise im Kundenservice zu helfen

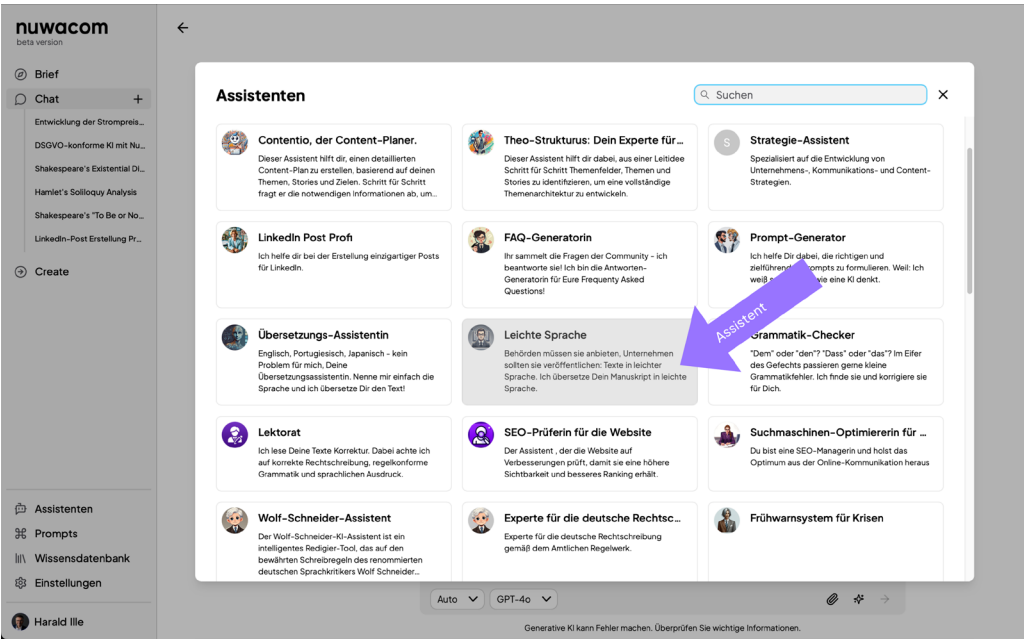


Abbildung 4: Übersicht über einige nuwacom-Assistenten.

Diese Assistenten kombinieren statische System-prompts, die ihnen ihre grundsätzliche Aufgabenstellung erklären, mit den aktuellen individuellen Prompts ihrer Nutzerin oder ihres Nutzer. Aus der aktuell gestellten Aufgabe der Nutzerin oder des Nutzers können diese Assistenten dann eine maßgeschneiderte Antwort geben.

Sie können die Antwort direkt nach einer Eingabe der Nutzer generieren oder sich mit den Nutzerinnen gezielt unterhalten, um die notwendigen Informationen zu erhalten, bspw.: „Was genau ist das Ziel der Aufgabe, für welche Zielgruppe in welchem Format soll die Antwort generiert werden, etc.“ Je detaillierter die KI die Fragen stellt und je präziser die User sie beantworten, desto nützlicher das Ergebnis – ganz einfach.

Nuwacom hat bereits zwei Dutzend solcher Assistenten im Einsatz: Einige sind direkt für die Arbeit in Redaktionen gedacht und helfen bei typischen Redaktionsaufgaben wie Übersetzen, Korrigieren, Redigieren.

Die Einsatzmöglichkeiten für Assistenten sind aber deutlich breiter: Wir stellen auch beispielhaft Assistenten vor, die Sie bei der Organisation oder Führung Ihres Unternehmens tatkräftig und „intelligent“ unterstützen.

Angebot:

Nennen Sie uns Ihren Anwendungsfall und wir versuchen, Ihnen dafür einen Assistenten zu entwickeln.

7.1 Assistenten für adäquatere Kunden-Information

Wir geben Ihnen ein paar Beispiele dafür, wie KI-Assistenten Ihnen ganz konkret helfen können, schneller präzisere Informationen zu finden und daraus für Ihre Kunden und andere Stakeholder Informationsmaterialien zu erstellen.

Assistent für leichte Sprache für Behörden

Dieser Assistent ist besonders für Behörden und Organisationen interessant. Diese sind entweder verpflichtet oder angehalten, Informationen auch in sogenannter „leichter Sprache“ anzubieten. Denn: Nicht jeder versteht juristisch korrektes, aber kompliziertes Verwaltungsdeutsch.

Die Erstellung dieser zusätzlichen Texte in einfacher, leichter Sprache, ist ein Aufwand, den Behörden und Organisationen oft zusätzlich zum Alltagsgeschäft erledigen müssen. Aktualisierungen der Texte bleiben dann leider oft aus. Ein KI-Assistent kann hier unkompliziert helfen.

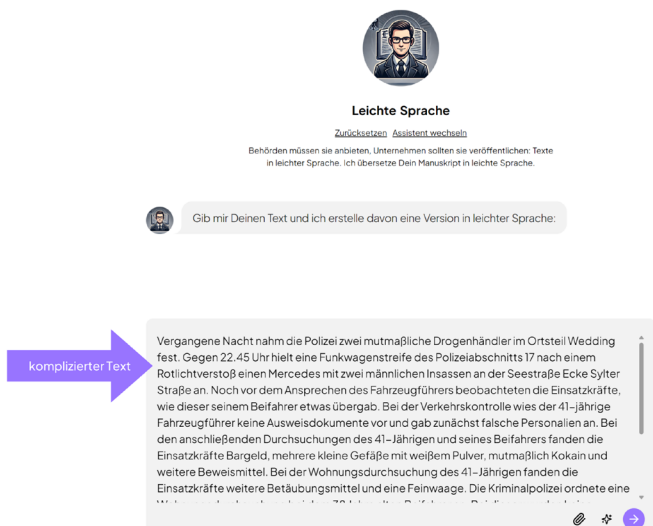


Abbildung 5: Der nuwacom-Assistent für Leichte Sprache erhält einen Text einer Polizeimeldung.

Die KI kann tatsächlich in Echtzeit aus einem bürokratischen Text eine Version erstellen, die auch von Menschen verstanden wird, deren Muttersprache nicht Deutsch ist oder die Schwierigkeiten mit komplizierten Satzkonstruktionen haben und die Fachbegriffe nicht kennen.

Du übersetzt diesen Text in Leichte Sprache.

Die wichtigsten Regeln für Leichte Sprache sind:

- Leichte Wörter benutzen
- Verständliche Zahlen und Zeichen verwenden
- Kurze Sätze formulieren
- Zugängliche Texte schreiben
- Leichte Schrift und verständliche Bilder verwenden
- Fach- und Fremdwörter vermeiden
- Redewendungen und bildhafte Sprache vermeiden
- Verben statt Hauptwörter nutzen
- Lange Wörter mit einem Bindestrich trennen

← Vergangene Nacht nahm die Polizei zwei mutmaßliche Drogenhändler im Ort...

komplizierter Text

Einsatzkräfte Bargeld, mehrere kleine Gefäße mit weißem Pulver, mutmaßlich Kokain und weitere Beweismittel. Bei der Wohnungsdurchsuchung des 41-Jährigen fanden die Einsatzkräfte weitere Betäubungsmittel und eine Feinwaage. Die Kriminalpolizei ordnete eine Wohnungsdurchsuchung bei dem 38 Jahre alten Beifahrer an. Bei dieser wurden keine weiteren Beweismittel gefunden. Die Einsatzkräfte beschlagnahmten den Mercedes sowie sämtliche Beweismittel und brachten das Duo in einen Polizeigewahrsam, aus dem sie nach erkennungsdienstlicher Behandlung einem Fachkommissariat für Betäubungsmitteldelikte der Polizeidirektion 1 (Nord) überstellt wurden. Es wurde bekannt, dass gegen den 41-Jährigen mehrere Vorführungsbefehle vorliegen. Den 38-Jährigen setzten die Ermittlerinnen und Ermittler wieder auf freien Fuß.

leichte Sprache

Vergangene Nacht hat die Polizei zwei Männer im Ortsteil Wedding festgenommen. Die Männer sollen Drogen verkauft haben.
Um 22.45 Uhr hielt die Polizei einen Mercedes an. Der Fahrer hatte eine rote Ampel überfahren. Das war an der Ecke Seestraße und Sylter Straße. Im Auto saßen zwei Männer. Die Polizei sah, wie der Fahrer dem Beifahrer etwas gab. Der Fahrer hatte keinen Ausweis dabei und gab falsche Namen an. Bei der Durchsuchung fanden die Polizisten Geld und kleine Gefäße mit weißem Pulver. Das Pulver war wahrscheinlich Kokain. Sie fanden auch andere Beweise.
Die Polizei durchsuchte die Wohnung des Fahrers. Dort fanden sie mehr Drogen und eine Feinwaage. Bei der Durchsuchung der Wohnung des Beifahrers fanden sie nichts.
Die Polizei nahm den Mercedes und alle Beweise mit. Die Männer wurden zur Polizeiwache gebracht. Der Fahrer hatte mehrere Haftbefehle. Der Beifahrer wurde wieder freigelassen.

Erneut generieren

Eine weitere Frage stellen...

Text kopieren

Abbildung 6: Der etwas sperrige Behörden text wird durch den Assistenten deutlich verständlicher.

Selbstverständlich können Sie auch einfache Assistenten erstellen, die Ihre Texte auf Rechtschreibung und korrekte Grammatik prüfen – und sie in andere Sprachen übersetzen.

nuwacom hat sogar einen „Wolf-Schneider-Assistenten“ im Einsatz, der Texte nach den journalistischen und stilistischen Regeln des branchenweit anerkannten Sprachpapstes umschreibt. Sie gewinnen dadurch tatsächlich an sprachlicher Qualität und klingen deutlich überzeugender und professioneller.

Eine Zusammenarbeit mehrerer Assistenten könnte künftig also so aussehen: Sie haben einen Text erstellt, den sie mit dem Rechtschreib-Assistenten korrigieren lassen. Dann legen Sie den korrigierten Text dem Wolf-Schneider-Assistenten vor, der ihn sprachlich aufmöbelt. Sie können mit dem Leichte-Sprache-Assistenten daraus eine einfach zu verstehende Version erzeugen lassen und mit dem Übersetzungs-Assistenten erzeugen Sie Informationen in anderen Sprachen. So können Sie Ihre Kundenkommunikation in vorbildlicher Weise sehr zielgruppenorientiert aufsetzen. Generative KI unterstützt Sie dabei und reduziert die Zeit, die Sie dafür benötigen, erheblich!

Fakten-Check-Assistent

Rechtschreibhilfe und Grammatik-Check sind längst Standard in Bürosoftware. Aber kann eine KI auch inhaltliche Fehler finden?

Das passiert schnell: Eine kleine Unkonzentriertheit, weil während des Tippens das Telefon klingelt –

und schon wird aus München Münster. Ein Fehler, der der Rechtschreibkorrektur nicht auffällt. Oder aus 10 Uhr wird 19 Uhr, weil die 9 so nah neben der 0 platziert ist – wir alle kennen und fürchten diese wirklich peinlichen Tippfehler.

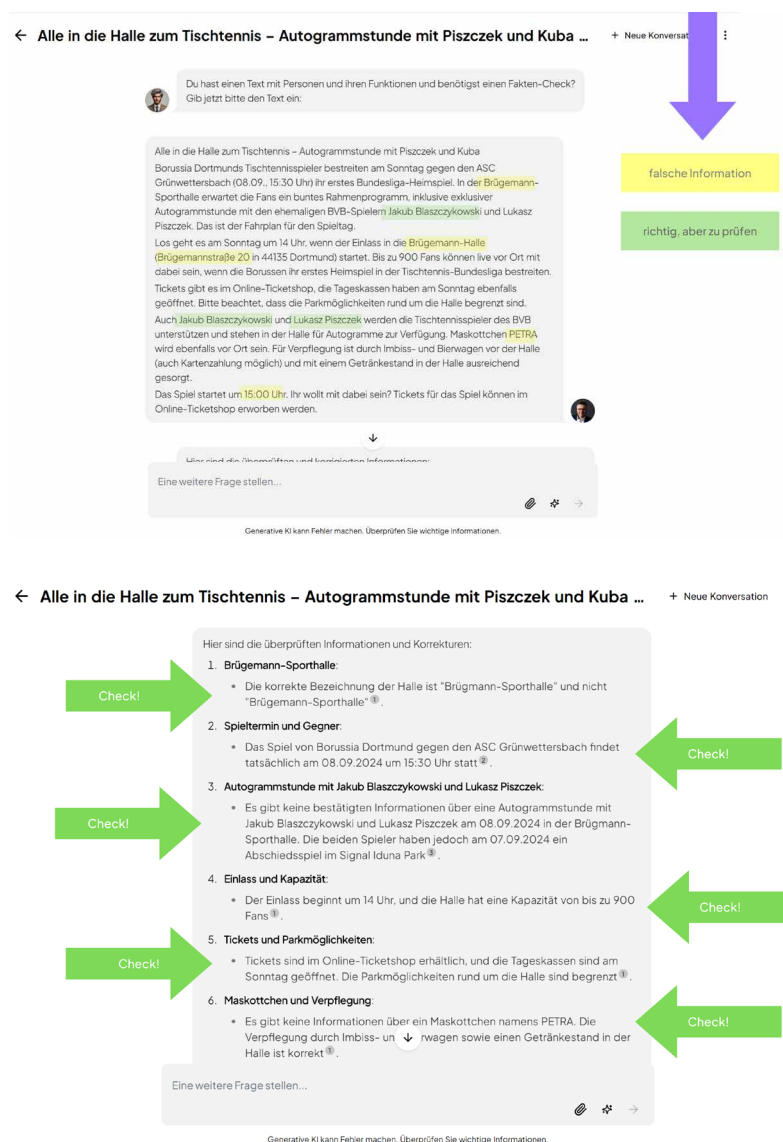


Abbildung 7: Faktencheck-Assistent.

Nun sind kleinere Tippfehler oft nicht weiter der Rede wert. Aber eine inhaltliche Verdrehung oder eine falsche Zahl kann durchaus zum Einstampfen ganzer Marketingmaterialien führen. Oder Veranstaltungen aus dem Abend in den Morgen verlegen. Auch nicht schön für Menschen, die morgens noch schlaftrunken sind...

Schreiben wir eben einen KI-Assistenten, der auch inhaltliche Fehler finden kann: unser Faktenchecker, den wir auch sinnvoll gegen KI-Halluzinationen einsetzen können. Er prüft Wort für Wort, ob es die Personen, Orte und Produkte überhaupt gibt, von denen im Text die Rede ist. Sind die Namen richtig geschrieben, stimmt die Adresse, ist die Person überhaupt in der Funktion, wie es behauptet wird?

Unser Faktenchecker prüft – und listet auf, was alles unklar, strittig oder nachweisbar falsch ist. Eine großartige Hilfe, korrektere Dokumente zu produzieren.

Wir können den Faktenchecker, wie gesagt, auch auf die KI selbst anwenden: Leider „halluzinieren“ die KI-Modelle immer noch. Künstliche Intelligenz erfindet oft Namen und Zusammenhänge, nur, um eine runde Geschichte abzuliefern.

Packen Sie den KI-generierten Text ebenfalls in den Fakten-Checker – und die KI prüft sich selbst und listet dann all das auf, was Spekulation und reine Erfindung war.

Eine KI, die Ihren Text auf inhaltliche Fehler prüft, ist unerlässlich für Ihre Qualitätssicherung!

Assistent für LinkedIn-Posts

Sie schreiben Ihre Social-Media-Postings selbstverständlich selbst. Weil sie sich dadurch nahbarer, persönlicher anhören. Sehr nachvollziehbar. Aber hin und wieder muss es schnell gehen bei hoher Qualität – und hier kann Ihnen unser Assistent zur Seite springen. Er sorgt dafür, dass Sie Ihr Posting zielgenauer und strategischer formulieren – und nichts Wichtiges vergessen. Er führt sie in einem Dialog durch die wichtigsten Punkte: Was ist das Thema und das Ziel, für welche Zielgruppe mit welchem Zweck soll das Posting geschrieben werden, wie lautet der Call to Action, welche Hashtags könnten sinnvoll sein?

Unser Assistent schreibt Ihnen nicht nur ein Posting – das wäre langweilig. Er assistiert Ihnen, um das **richtige** Posting zu schreiben. Eines, das sich an Ihre Kommunikationsstrategie anlehnt und Ihr Profil schärft. Sie veröffentlichen mit unserem Assistenten also ein strategisch-taktisch optimales Posting in kurzer Zeit. Und Sie können den Assistenten an Ihre Situation anpassen – wenn Sie eine klar definierte Zielgruppe haben, an die sie sich ausschließlich wenden, dann hinterlegen Sie diese direkt im Prompt des Assistenten. Er wird sie nicht mehr danach fragen.

Eine zeitliche Entlastung, die Ihnen sogar strategisch bessere Ergebnisse liefert.

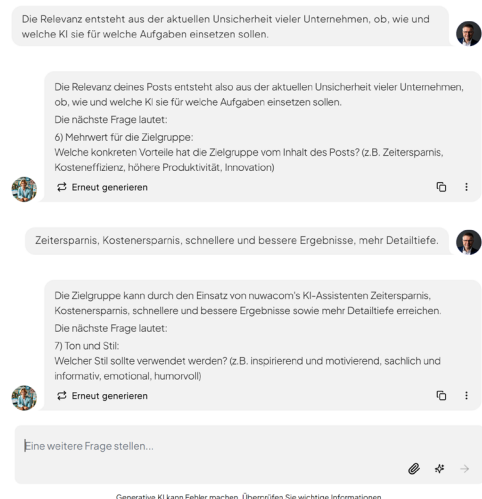


Abbildung 8: Einblick in den Dialog mit dem LinkedIn Post Prof.

Assistent für Suchmaschinen-Optimierung

Doch sind die Texte auch so geschrieben, dass sie optimale Sichtbarkeit in den Suchmaschinen erhalten? Dazu nimmt sich ein Assistent Ihren Text unter SEO-Gesichtspunkten vor und schlägt Ihnen vor, was Sie verbessern oder ändern könnten. Der Assistent sucht nach vielversprechenden Fokus-Keywords und versucht, Ihren Text für Featured Snippets aufzubereiten

Es gibt immer Verbesserungspotential, und der smarte SEO-Assistent hat immer einen kleinen Tipp parat, wie Sie Ihr Suchmaschinen-Ranking und Ihre Sichtbarkeit im Netz noch verbessern können. Denn: Das wird immer erfolgskritischer in Zukunft. Auch Suchmaschinen werden von KI verdrängt, weil KI-Assistenten die besseren Suchmaschinen sind – was aber nicht weniger SEO bedeutet, sondern eher mehr. Denn nun durchsucht die KI das Netz und berücksichtigt diejenigen Inhalte prioritär, die neben ihrer inhaltlichen Qualität auch formal gut aufbereitet sind – was oft Hand in Hand geht. Mit unserem Assistenten sind Sie vorbereitet!

Dateinamen und Alt-Texte für Bilder

- **Dateiname:** hamlet-monolog-sein-oder-nichtsein.jpg
- **Alt-Text:** "Hamlet hält seinen Monolog 'Sein oder Nichtsein'"

Interne Links

- Verlinke zu einer Seite über "Shakespeares Leben und Werk"
- Verlinke zu einem Artikel über "Die Tragödien von Shakespeare"

Strukturierte Daten (Schema-Markup)

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Article",
  "headline": "Hamlets Monolog: 'Sein oder Nichtsein' - Eine Analyse",
  "author": {
    "@type": "Person",
    "name": "William Shakespeare"
  },
  "datePublished": "2024-11-01",
  "image": "https://example.com/images/hamlet-monolog-sein-oder-nichtsein.jpg",
  "articleBody": "Der Monolog 'Sein oder Nichtsein' aus Shakespeares Hamlet..."
}
```

Abbildung 9: Suchmaschinenoptimierung mit dem SEO-Assistenten inkl. Schema-Markup.

Du bist eine SEO-Managerin und weißt alles Wichtige über moderne und effektive Suchmaschinenoptimierung. Überprüfe den Text daher anhand Deiner eigenen Expertise und folgender Liste mit den wichtigsten und effektivsten Regeln. Gib Vorschläge, was an dem Text verbessert werden kann oder muss, damit dieser modifizierte Text eine optimale Platzierung und Sichtbarkeit in den weltweiten Suchmaschinen bekommt.

- Der Content soll einzigartig und hochwertig sein, also einen Mehrwert für die Nutzerinnen und Nutzer bieten. Suche diesen Mehrwert und liste ihn auf.
- Erstelle optimale Meta-Titel und optimale Meta-Beschreibungen für den Artikel und liste sie auf.
- Mach einen Vorschlag für die aussagekräftige keyword-optimierte URL.
- Strukturiere den Text mit sinnvollen Überschriften (H1, H2, H3 etc.).
- Integriere relevante Keywords in natürlicher Sprechweise und logisch in den Content.
- Schlage aussagekräftige Dateinamen und Alt-Texte für die Bilder vor.
- Schlage sinnvolle interne Links zu anderen Seiten und Beiträgen der Website vor.
- Implementiere strukturierte Daten, also Schema-Markup. Mach einen konkreten Vorschlag dafür im JSON-Format.
- Prüfe auf sauberen, validen HTML-Code.
- Führe eine Keyword-Recherche durch und schlage das optimale Set an Keywords für den Artikel vor.
- Optimierte den Artikel so, dass er sich als Content für Featured Snippets qualifiziert.

Assistent für aktuelle FAQ im Krisenfall

Ein anderer Fall, bei dem eine KI im Unternehmen den Kundenservice zu verbessern hilft, ist der FAQ-Assistent. Besonders für die Prävention und das Management kleinerer und größerer Krisenfälle ist dieser Assistent gedacht und sorgt für eine deutliche Entlastung Ihrer Service-Abteilung.



FAQ-Generatorin

[Zurücksetzen](#) [Assistent wechseln](#)

Ihr sammelt die Fragen der Community – ich beantworte sie! Ich bin die Antworten-Generatorin für Eure Frequently Asked Questions!



Hallo. Gib mir einfach die Liste mit allen Fragen, ich beantworte sie und gebe Dir eine nummerierte Liste aus.

Input Fragen

Ab wann muss ein Hersteller einen Warenrückruf starten?
Wer trägt die Kosten eines Warenrückrufs?
Wo kann ich mich über einen Warenrückruf informieren?



Generative KI kann Fehler machen. Überprüfen Sie wichtige Informationen.

Abbildung 10: FAQ-Assistent

Aktuelle und detaillierte Antworten auf häufig gestellte Fragen sind ein wichtiges Werkzeug für den Kundensupport und eine hilfreiche Möglichkeit, die Reputation des Unternehmens zu schützen. Voraussetzung: Das Unternehmen gibt überzeugende Antworten zu den aktuell relevanten Fragen, die Antworten sind so neu wie möglich.

Doch wer hat in Krisensituationen, etwa während eines Produktrückrufs, schon die Zeit und die Konzentration, die neuesten Informationen für diese Frage-Antwort-liste zusammenzutragen? Gerade dann ist KI eine reputationsrelevante Hilfe: Der KI-Assistent kann die Unternehmens-FAQ nicht nur auf einem aktuellen Stand halten, sondern auch bisher unbeachtet gebliebene Aspekte neu aufnehmen und aktuell auf die Ereignisse mit passenden neuen Antworten reagieren.

nuwacom greift dazu auf die Wissensdatenbank des Unternehmens zurück und kann in den freigegebenen Dokumenten sekundenschnell die richtigen Antworten finden. Diese Antworten gießt der Assistent dann umgehend in das FAQ-Format. Der Prompt ist wieder strukturiert und umfassend – wir passen ihn gerne an Ihre Bedürfnisse an.

Bitte liefere jeweils eine detaillierte und präzise Antwort auf die folgenden Fragen: [Frage einfügen].
Achte darauf, alle relevanten Details zu berücksichtigen und alle Antworten im Fließtext-Format zu verfassen.

Verwende, wenn möglich, spezifische Schlüsselwörter und Phrasen, um die Antworten klarer zu gestalten. Gib Beispiele oder Referenzen an, um deine Antworten zu untermauern.

Stelle sicher, dass die Antworten den Kontext und die Anforderungen des Anwenders vollständig erfüllen.
Ausgabe: Erstelle eine nummerierte Liste.
Die Listeneinträge sind die jeweilige Frage in **Fett** und die dazugehörige Antwort darauf in normaler Schrift direkt darunter.

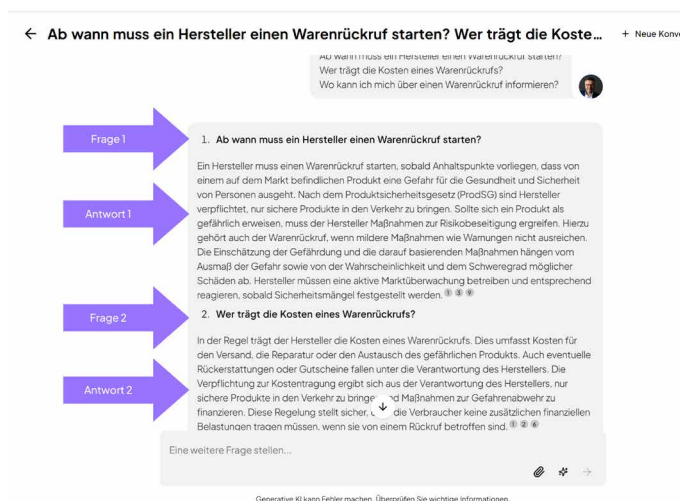


Abbildung 11: Die FAQ-Generatorin von nuwacom hat beispielhaft drei aktuelle Fragen gestellt bekommen, die sie strukturiert mit Informationen aus der internen Wissensdatenbank des Unternehmens beantwortet hat.

Sie benötigen also eine aktuelle und umfassende interne Wissensdatenbank. „Internes Wissensmanagement“ ist fraglos einer der wichtigen Hebel moderner Unternehmensführung – je mehr Daten und Informationen aus den Köpfen und Mailpostfächern der einzelnen Mitarbeitenden in eine strukturierte interne Datenablage fließt und dem ganzen Team zur Verfügung steht, desto schneller können die einzelnen Teammitglieder substanziellere Entscheidungen treffen. KI sorgt also indirekt für bessere Datenhaltung, die für mehr Wissen sorgt und damit eine schlagkräftigere Organisation erzeugt!

7.2 Assistenten für bessere Unternehmensführung

Generative KI krempelt Ihr Unternehmen um. Und zwar nicht nur Ihre Marketing-Kommunikation, wie man meinen könnte. Es geht nicht nur um „Textverarbeitung“. Es geht um eine tiefgreifende Veränderung Ihrer Prozesse.

Klügere Entscheidungen treffen

Jeden Tag haben wir in Unternehmen kleinere und größere Entscheidungen auf dem Tisch oder, vermutlich deutlich häufiger, auf dem Rechner in der Inbox. Einige davon sind einfach und lassen sich schnell treffen. Doch manchmal stehen wir vor schwierigen Fragen, bei denen die beste Lösung nicht sofort klar ist. Das ist besonders der Fall, wenn mehrere Menschen oder Unternehmen beteiligt sind, die alle ihre eigenen Interessen verfolgen und deren Entscheidungen sich gegenseitig beeinflussen.

Wie soll mein Unternehmen auf negative PR reagieren, wenn unser größter K... + Neue Konversation

Wie soll mein Unternehmen auf negative PR reagieren, wenn unser größter Konkurrent ebenfalls betroffen ist?

Entscheidungshilfen

Wenn sowohl Ihr Unternehmen als auch Ihr größter Konkurrent von negativer PR betroffen sind, bietet dies eine interessante spieltheoretische Situation, die als „Gefangenendilemma“ betrachtet werden kann. Hier sind einige strategische Überlegungen und Empfehlungen, wie Sie vorgehen könnten:

1. Kooperation vs. Konkurrenz:
 - **Kooperation:** Wenn beide Unternehmen kooperieren und sich darauf einigen, die negativen Nachrichten gemeinsam zu adressieren, könnte dies zu einer besseren Gesamtsituation führen. Eine gemeinsame Erklärung oder ein koordiniertes Vorgehen könnte das Vertrauen der Öffentlichkeit wiederherstellen und zeigen, dass beide Unternehmen verantwortungsbewusst handeln.
 - **Konkurrenz:** Wenn Ihr Unternehmen versucht, den Konkurrenten weiter zu diskreditieren, könnte dies kurzfristig vorteilhaft erscheinen. Langfristig könnte dies jedoch zu einem Vertrauensverlust in der gesamten Branche führen, was beiden Unternehmen schaden könnte.
2. Dominante Strategien und Nash-Gleichgewicht:
 - Im Gefangenendilemma ist die dominante Strategie oft, nicht zu kooperieren und den anderen zu beschuldigen. Dies führt jedoch zu einem Nash-Gleichgewicht, das für beide $\downarrow$ ien suboptimal ist. Beide Unternehmen könnten besser dastehen, wenn sie kooperieren, aber ohne bindende

Tipp

Tipp

Abbildung 12: Treffen Sie klügere Entscheidungen in komplexen Situationen mithilfe von KI.

„Hier kommt die Spieltheorie ins Spiel“, wenn dieser kleine Wortwitz erlaubt ist. Die Spieltheorie hilft uns zu verstehen, wie verschiedene Akteure oder „Player“ aufeinander reagieren und wie wir in komplexen Situationen die beste Entscheidung treffen können. Die Theorie liefert uns dafür verschiedene Modelle und Strategien, um solche Situationen zu analysieren. Ein bekanntes Beispiel ist das „Gefangenendilemma“, das zeigt, wie Menschen in Konkurrenzsituationen oft nicht die beste Entscheidung für alle treffen, weil sie nur an ihren eigenen Vorteil denken.

Aber keine Sorge: Sie müssen nicht zum Experten für Spieltheorie werden, um von diesen Konzepten zu profitieren! Ein KI-Assistent kann doch die verschiedenen komplexen Szenarien für Sie analysieren und bewerten – und Ihnen dann bei der Entscheidungsfindung helfen. Sie stellen einfach Ihre Frage und der Assistent nutzt die Erkenntnisse der Spieltheorie, um Ihnen die verschiedenen Möglichkeiten aufzuzeigen. Egal, ob es um Verhandlungen, Preise oder den Wettbewerb mit anderen Unternehmen geht – der Assistent gibt Ihnen wertvolle Hinweise, welche Strategie für Sie am besten ist.

Ganz nebenbei lernen Sie spieltheoretische Konzepte kennen, wie zum Beispiel die „Tit-for-Tat“-Strategie, bei der Kooperation durch kleine, gegenseitige Schritte aufgebaut wird. Somit haben Sie nicht nur einen weisen Ratgeber für Entscheidungen zur Seite, sondern auch eine Quelle für neues Wissen...

Wenn Sie schneller klügere Entscheidungen treffen können – unterstützt durch wissenschaftliche Methoden und modernste KI-Technologie – dann verschaffen Sie Ihrem Unternehmen wichtige Vorteile in unserer immer komplexer werdenden Welt.

Zukunftsvisionen mit Assistenten

Wenn wir schon über die Zukunft und die Veränderungen der Arbeit bis 2030 nachdenken – können wir dafür nicht ebenfalls einen Assistenten nutzen? Rhetorische Frage – klar können wir das! Unser CEO Sascha Böhr hat sich dazu das Storyverse-Modell von Bernhard Fischer Appelt vorgelegt und Schritt für Schritt in einen KI-Assistenten übersetzt: Unseren Storyverse-Assistenten!

Wir haben dem Assistenten selbstverständlich die schwierigste und forderndste Aufgabe überhaupt gegeben: eine Zukunftsvision für Deutschland generieren zu lassen.

Doch für eine KI ist eine solche Aufgabe ein Klacks! Auf der folgenden Seite haben wir das optimistisch stimmende Ergebnis für Sie abgedruckt:

Die Zukunftsgeschichte Deutschlands: 2030 und darüber hinaus

Wir werfen einen mutigen Blick in die Zukunft! Wie wird Deutschland im Jahr 2030 und darüber hinaus aussehen? Wie wird sich das Land entwickeln in den kommenden fünf Jahren? Wo findet Innovation statt, was passiert mit Bildung und Wissenschaft? Wir haben uns die aktuellen Entwicklungen angesehen und daraus Visionen für die Zukunft abgeleitet. Lassen Sie uns gemeinsam die Schlüsselbereiche erkunden, die Deutschlands Reise in die Zukunft prägen.

Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein

Deutschland hat seine Energiewende erfolgreich umgesetzt. Der Anteil der erneuerbaren Energien an der Stromerzeugung hat die 80 %-Marke überschritten – das Land ist weiterhin ein globaler Vorreiter in der Klimaneutralität. Gezielte Investitionen und vereinfachte Genehmigungsverfahren haben den Ausbau von Wind- und Solarenergie massiv vorangetrieben. Fortschritte, die nicht nur gut für die Umwelt sind; sie schaffen auch viele neue Arbeitsplätze und fördern die kleinen und mittleren Unternehmen im ganzen Land.

Technologische Innovation

Die Digitalisierung hat Deutschland auf eine neue Stufe gehoben. Vom Mittelstand bis zu großen Konzernen setzen Unternehmen auf Industrie 4.0, Künstliche Intelligenz und Quantencomputing. Die Verwaltung ist endlich digitalisiert, Bürgerinnen und Bürger haben das e-Rathaus auf der Smartwatch. Mobil surfen wir mit 5G, Glasfasern reichen bis in unsere Wohnungen – beides Grund-

lagen für die digitale Entwicklung der letzten Jahre. Die technologischen Innovationen erleichtern unseren Alltag, machen unser Leben einfacher und effizienter – und lassen viele neue Produkte und Dienstleistungen entstehen, die die Wirtschaft ankurbeln.

Soziale Gerechtigkeit und Integration

Deutschland hat den demografischen Wandel als Chance genutzt. Gezielte Programme zur Integration und Weiterbildung haben geholfen, eine inklusive Gesellschaft zu schaffen. Die Rentensysteme wurden nachhaltig reformiert, um die finanzielle Sicherheit für alle Generationen zu gewährleisten. Programme zur Stärkung der Demokratie und der sozialen Gerechtigkeit sind erfolgreich etabliert.

Diese Maßnahmen tragen dazu bei, dass sich alle Bürger in der Gesellschaft wohl und sicher fühlen.

Bildung und Forschung

Investitionen in Bildung und Forschung haben Deutschlands Führungsposition in der globalen Wissensgesellschaft gestärkt. Innovative Bildungsprogramme und exzellente Forschungseinrichtungen haben das Land zu einem Magneten für internationale Talente gemacht. Neue Geschäftsmodelle und soziale Innovationen treiben die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung voran. Diese Investitionen sichern Deutschlands Wettbewerbsfähigkeit in der globalen Wirtschaft.

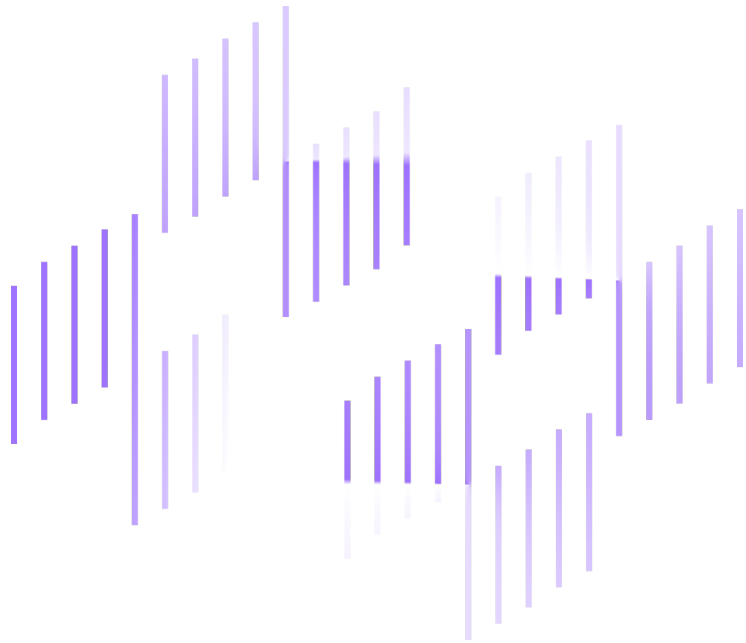
Europäische Integration, internationale Verantwortung

Deutschland spielt weiterhin eine zentrale Rolle in der Europäischen Union und auf der globalen Bühne. Das Land fördert internationaler Partnerschaften und setzt sich für eine gerechte Weltordnung ein. Damit trägt das Land zur Stabilität und zum Wohlstand sehr vieler Menschen bei, fördert Initiativen wie die Klimaschutzabkommen und stärkt die Entwicklungszusammenarbeit. Deutschland denkt nicht nur an sich selbst, sondern wird seiner Rolle in der globalen Gemeinschaft gerecht.

Maßnahmen zur Erreichung dieser Zukunft

Um diese Vision zu realisieren, sollten die folgenden Maßnahmen umgesetzt werden:

- **Förderung der erneuerbaren Energien** durch steuerliche Anreize und erleichterte Genehmigungsverfahren.
- **Digitalisierungsinitiativen** für die Wirtschaft und Verwaltung, um die Effizienz und Bürgerfreundlichkeit zu erhöhen.
- **Soziale Programme** zur Integration von Migranten und Weiterbildung der Bevölkerung, um die gesellschaftliche Kohäsion zu stärken.
- **Investitionen in Bildung und Forschung** durch erhöhte Fördermittel und internationale Kooperationen.
- **Politische Maßnahmen** zur Stärkung der EU und internationalen Kooperationen, insbesondere im Bereich des Klimaschutzes und der Sicherheitsstrategien.



Überzeugt Sie diese Zukunftsgeschichte?

Mit gezielten Maßnahmen und einem starken Engagement der Gesellschaft könnte diese KI-generierte Vision eventuell Wirklichkeit werden.

7.3 Strategie-Assistenten für Newsrooms

Sie benötigen eine Themenarchitektur und einen Redaktionsplan. Sie möchten Personas detailliert ausarbeiten, um genau passende Inhalte für diese Personas maßzuschneidern?

Sie möchten Ihre Zielgruppe in ihrer jeweiligen Customer-Journey-Phase erreichen und ihrer Kommunikation einen Nutzwert und einen emotionalen Wert mitgeben? Zudem möchten Sie mit Ihrer Brand Voice sprechen und Ihre Kommunikationsmaßnahmen gezielter planen mit Vorlauf und Freigabe und weiteren Workflows? Das alles im Blick zu behalten und zu berücksichtigen kann Sie schnell überfordern – aber dafür gibt es ja nuwacom! Wir haben für jede dieser Anforderungen eigene Assistenten entwickelt, die Ihnen diese mühselige redaktionelle Abhak-Arbeit erleichtern.

Ohne zu sehr ins Detail gehen zu wollen: Unser **Assistent für Themenarchitekturen** kennt Ihre Core Story und die Themen, mit denen Sie sich beschäftigen. Er schlägt auch Themen vor, mit denen Sie sich künftig beschäftigen sollten, weil diese im Trend sind oder von den Usern nachgefragt werden. Der Assistent erstellt Ihnen in wenigen Sekunden eine umfassende Themenarchitektur, die sofort mit Inhalten befüllen können.

Dann gehen wir einen Schritt weiter und konkretisieren die spezifischen Themen innerhalb der von dir ausgewählten Themenfelder:

1. Themenfeld: Lösungen

- **Integration von KI in Unternehmensprozesse:** Wie KI nahtlos in bestehende IT-Infrastrukturen implementiert werden kann.
- **Best Practices für DSGVO-konforme KI:** Richtlinien und Verfahren zur Sicherstellung der Datenschutzkonformität.

2. Themenfeld: KI-Assistenten

- **Effizienzsteigerung durch KI-Assistenten:** Wie KI-Assistenten die Produktivität in Firmen steigern können.
- **Personalisierte Anwendungen von KI-Assistenten:** Entwickeln von maßgeschneiderten KI-Lösungen für individuelle Unternehmensbedürfnisse.

3. Themenfeld: KI-Agenten

- **Automatisierung von Geschäftsabläufen:** Fallstudien zur Effizienzsteigerung durch KI-Agenten.
- **Innovationen und Trends bei KI-Agenten:** Neueste Entwicklungen und deren Anwendungspotenzial in der Business-Welt.

Als nächstes entwickeln wir Geschichten ("Stories"), die diese Themen greifbar und interessant für deine Zielgruppe machen. Möchtest du hier spezielle Erfolgsgeschichten oder Anwendungserfahrungen teilen?

↻ Erneut generieren



Jetzt identifizieren wir spannende und einprägsame Geschichten (Stories) für die spezifischen Themen, die wir gerade entwickelt haben. Diese Stories sollen den Nutzen und die Anwendung von "nuwacom" deutlicher machen:

1. Themenfeld: Lösungen

- **Story: "Unternehmen X integriert KI mit Leichtigkeit":** Ein Praxisbeispiel, wie ein Unternehmen durch die Integration von nuwacoms KI-Lösungen seine Effizienz steigert.
- **Story: "Die sichere Reise zur DSGVO-Konformität":** Ein detaillierter Bericht darüber, wie nuwacom Unternehmen hilft, KI-Lösungen datenschutzkonform zu realisieren.

2. Themenfeld: KI-Assistenten

- **Story: "Produktivitätsschub dank KI-Assistenten":** Eine Erfolgsgeschichte von einem Unternehmen, das durch den Einsatz von KI-Assistenten seine Arbeitsabläufe optimiert hat.
- **Story: "Personalisierte KI zur Kundenbindung":** Ein Beispiel, wie personalisierte KI-Assistenten die Kundeninteraktion in einem Unternehmen verbessert haben.

3. Themenfeld: KI-Agenten

- **Story: "Automatisierung: Der Weg in die Zukunft":** Erzählung über einen Betrieb, der durch KI-Agenten erfolgreich Geschäftsprozesse automatisierte.
- **Story: "Fortschritt durch Innovation":** Ein Bericht über die neuesten Trends in der KI-Agenten-Technologie und deren Einfluss auf die Geschäftswelt.

Nun, da wir die Stories identifiziert haben, geht es darum, die passenden Inhalte und Formate zu definieren, mit denen wir diese Geschichten am besten vermitteln können. Möchtest du bereits Formate im Kopf haben, die für deine Zielgruppe besonders ansprechend sind? Denken wir an Videos, Blogartikel, Infografiken usw.

↻ Erneut generieren



Abbildung 13: Erstellen Sie im Dialog mit unserem KI-Assistenten Theo Struktur eine Themenarchitektur für Ihre Kommunikation.

Diese Inhalte haben eine Deadline und ein Publishingdatum – doch wann sollten Sie welchen Content auf welcher Plattform in welchem Format zu welcher Uhrzeit sinnvollerweise veröffentlichen? Bevor Sie in Content ertrinken, nutzen Sie doch einfach unseren Assistenten für clever terminierte **Redaktionspläne**. Er kann Ihnen helfen, Feiertage und Ferien zu berücksichtigen, verhindert, dass sich Ihre Inhalte gegenseitig Aufmerksamkeit stehlen und platziert jedes Content Piece so, damit es von der vorgesehenen Zielgruppe optimal rezipiert werden kann. Plagen Sie sich nicht mit viel zu vielen Parametern herum, wann welcher Content unter welchen Umständen seine optimale Verbreitung erfahren könnte – lassen Sie das nuwacom machen...

*Sie möchten die **Customer Journey** ihrer Persona nachbilden, um sie mit der momentan passenden Botschaft zu erreichen? Sie möchten für abenteuerlustige Zielgruppen eher actionreicheren Content als für zurückhaltendere, eher ausgleichend handelnde „Harmonisierer“?*

Für jeden Charakterzug, für jeden **limbischen Typen** können Sie eine individuell zugeschnittene Variante Ihrer Kommunikationsmaßnahme verfassen – mit eigener Ansprache, passenden Begriffen und Wortwolken und individuell überzeugenden Beispielen und Narrativen. Dafür haben wir ebenfalls nuwacom-Assistenten, die Ihre allgemeine gehaltenen übergreifenden Kommunikationsmaßnahmen individualisieren und maßschneidern.

Selbstverständlich sollten Sie Ihre Texte und Materialien noch dem **Brand Voice-Assistenten** vorlegen. Dieser überprüft, inwieweit der „Ton“ Ihrer Kommunikation den unverwechselbaren Sound Ihrer Organisation anschlägt, und passt ihn daran an. Haben Sie die grammatikalischen und sprachlichen Vorgaben eingehalten (Perfekt statt Präteritum, Aktiv statt Passiv, Du statt Sie), verwenden Sie die Begriffe, die mit Ihrem Unternehmen verbunden werden sollen, erzählen Ihre erzeugten Sprachbilder die Geschichte Ihrer Organisation – und nicht etwa diejenige Ihres Mitbewerbers?

Und? Wird Ihre Kommunikation dadurch effektiver und „runder“?

Wir denken schon.

7.4 Herz, Hirn und Temperament

Was macht ein KI-Assistent konkret? Wir schauen uns einmal an, wie ein KI-Assistent von nuwacom grundsätzlich aufgebaut ist.

Jeder Assistent besteht aus diesen Funktionen und Bereichen:

Name, Beschreibung, Avatar: Wie heißt der Assistent und wofür ist er gedacht? Zudem begrüßt der Assistent Sie freundlich und fragt, was er für Sie tun kann. Hier erkennen Sie den Assistenten an seiner „Persönlichkeit“.

Auswahl des KI-Modells: nuwacom nutzt mehrere unterschiedliche KI-Modelle. Mal ist Llama 3 besser geeignet als ChatGPT 4o, mal bevorzugen wir Mistral oder Cohere. Wählen Sie das KI-Modell aus, das für die Aufgabe des Assistenten am besten geeignet ist und das optimale Ergebnis generiert. Die KI-Modelle sind das „Hirn“ des Assistenten.

Systemprompt: Das ist das eigentliche „Herz“ des Assistenten. Hier hinterlegen Sie einen umfassenden und detaillierten Prompt, der dem Assistenten grundsätzlich sagt, was er tun soll. Die spezifische Aufgabe geben Sie dem Assistenten dann später, wenn er mit ihnen „spricht“...

Antwortstil: Sie können die Art und Weise – das „Temperament“ – des Assistenten auswählen: Soll die KI präzise an den Daten entlang antworten oder sich eher kreativ „austoben“ dürfen? Je nach Anwendungsfall haben Sie unterschiedliche Erwartungen an den Assistenten – probieren Sie einfach aus, welche Einstellung im Einzelfall die besseren Ergebnisse bringt.

Die Datenbasis ist die „Bildung“ des Assistenten. Hier legen Sie die Quellen fest, von denen der Assistent seine Fachkenntnis bezieht: Aus dem Netz und speziellen Dokumenten und PDF-Dateien? Oder aus anderen Quellen wie einem Text oder einem Briefing? Sie können sehr präzise einstellen, wo genau der Assistent die Zahlen, Daten und Fakten für seinen inhaltlichen Input herbekommen soll. Je umfangreicher und präziser diese Dokumente sind, desto besser werden die Antworten...

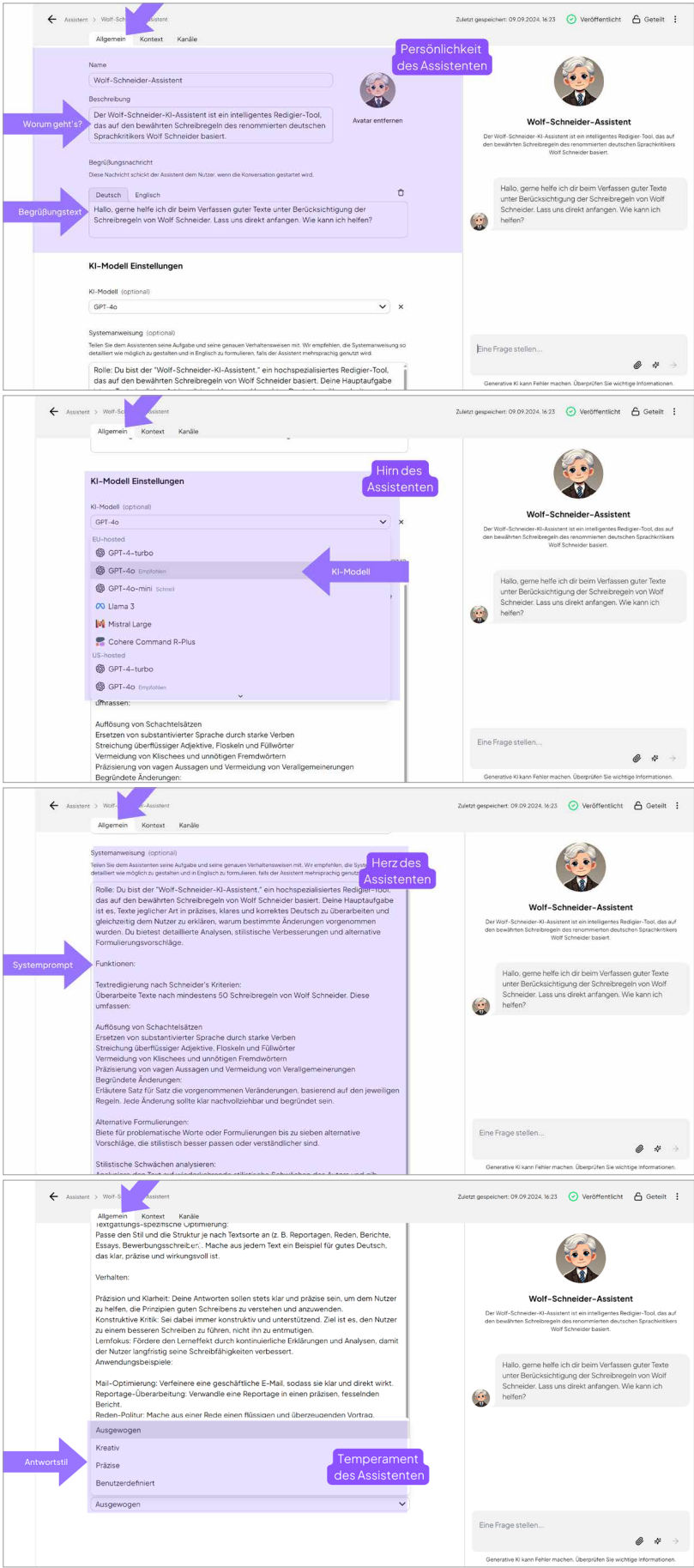


Abbildung 14: Ein KI-Assistent besteht aus Header, KI-Modell, Systemprompt und „Temperatur“.



Das ist es im Prinzip schon.
Es ist nicht allzu schwierig,
sich in nuwacom einen As-
sistenten für eine spezifische
Aufgabe zu erstellen.

*Gestalten Sie seinen Kopf und seine Persönlichkeit,
sein Hirn und seine Bildung, sein Herz und sein Tem-
perament – und schon steht Ihnen ein loyaler Mit-
arbeiter zur Seite, der sie rund um die Uhr unterstützt!*

7.5 Ausblick mit Agenten und AGI

Wir haben uns einige KI-Assistenten für den Einsatz in Unternehmen und Newsrooms angeschaut. Doch was ist ein KI-Assistent genau und gibt es auch Erweiterungen dieser Technik?

KI-Assistenten

KI-Assistenten sind reaktive Systeme, die speziell darauf ausgelegt sind, Menschen bei einer Vielzahl von spezifischen Aufgaben zu unterstützen. Diese Systeme benötigen expliziten **Input von Menschen**, was bedeutet, dass sie auf Anfragen und Kommandos reagieren, anstatt eigenständig Aktionen auszuführen. Ein typisches Beispiel für einen KI-Assistenten ist ein Sprachassistent wie Siri oder Alexa. Diese Systeme sind in der Lage, **vorgegebene, spezifische Aufgaben** zu erledigen. Dazu gehören das Setzen von Erinnerungen, das Abspielen von Musik oder das Beantworten einfacher, festgelegter Fragen. Ihre Autonomie ist jedoch stark eingeschränkt, da sie **keine eigenständigen Entscheidungen** treffen oder proaktiv handeln können.

In Redaktionen können KI-Assistenten eine außerordentlich wertvolle Unterstützung bei der Bewältigung von **Routineaufgaben** bieten. Ein Anwendungsbeispiel ist die Hilfe bei der Transkription von Interviews, wobei gesprochene Sprache in Text umgewandelt wird. Dies kann den Journalisten und Redakteuren eine erhebliche Menge an Zeit ersparen. Darüber hinaus können KI-Assistenten bei der automatisierten Terminplanung unterstützen, indem sie Meetings und Interviews koordinieren und rechtzeitig Erinnerungen senden. Diese Funktionen tragen dazu bei, den Arbeitsalltag zu strukturieren und effizienter zu gestalten.

KI-Agenten

Im Gegensatz zu KI-Assistenten, die in der Regel auf Anfragen von Nutzern reagieren, sind KI-Agenten **autonome Systeme**, die **eigenständig handeln** und **Entscheidungen treffen** können. Diese Systeme sind darauf ausgelegt, **proaktiv** zu handeln und vorgegebene Ziele durch eigene Entscheidungsfindung zu verfolgen. Ein KI-Agent **analysiert** kontinuierlich seine Umgebung, **lernt** aus Erfahrungen und **passt sein Verhalten an**, um seine Ziele möglichst effizient zu erreichen. Beispiele für KI-Agenten sind autonome Roboter, die in der Lage sind, in komplexen Umgebungen zu navigieren, Spiel-KI, die selbstständig Strategien entwickelt und anpasst, und autonome Handelssysteme, die Finanztransaktionen aufgrund von Marktanalysen eigenständig durchführen.

In Newsrooms und Redaktionen können KI-Agenten eine bedeutende Rolle bei der **Optimierung von Geschäftsprozessen** spielen. Diese intelligenten Systeme könnten beispielsweise eingesetzt werden, um große Datenmengen zu analysieren und relevante Informationen herauszufiltern, die für die Berichterstattung wichtig sind. Ein KI-Agent könnte **eigenständig Themenvorschläge** machen, basierend auf aktuellen Trends, Social-Media-Aktivitäten und umfangreichen Datenanalysen. Darüber hinaus könnten KI-Agenten in der Lage sein, einfache Nachrichtenartikel zu generieren. Sie könnten Daten aus verschiedenen Quellen wie Pressemitteilungen, sozialen Netzwerken und Datenbanken zusammenführen und diese Informationen in einen kohärenten und lesbaren Text umwandeln.

AGI (Artificial General Intelligence)

AGI, oder Artificial General Intelligence, stellt die nächste Evolutionsstufe in der Entwicklung der Künstlichen Intelligenz dar und repräsentiert eine **menschenähnliche Intelligenz**. Diese Art von Intelligenz unterscheidet sich grundlegend von den derzeit existierenden KI-Assistenten und KI-Agenten, die auf spezifische Aufgaben oder Ziele ausgerichtet sind. Während diese spezialisierten KI-Systeme nur innerhalb ihrer vorgegebenen Parameter effektiv arbeiten können, wäre eine AGI in der Lage, ein **breites Spektrum an Aufgaben** zu bewältigen und sich flexibel an neue Herausforderungen anzupassen, ähnlich wie ein Mensch.

AGI zeichnet sich durch ihre menschenähnliche Intelligenz aus: Sie kann durch Einsicht, Lernen und logisches Denken **neue Situationen meistern**. Diese Form der Intelligenz würde es AGI ermöglichen, Wissen und Fähigkeiten auf verschiedene Domänen zu übertragen. Das bedeutet, dass AGI nicht nur in der Lage wäre, sich in einem bestimmten Bereich zu spezialisieren, sondern auch Herausforderungen in völlig unterschiedlichen Feldern zu bewältigen. Sie hat das Potenzial, menschliche Fähigkeiten in vielen Bereichen zu erreichen oder sogar zu übertreffen.

Obwohl AGI derzeit noch ein theoretisches Konzept ist und ihre praktische Entwicklung noch aussteht, könnte sie in Zukunft eine **transformative Rolle** in verschiedenen Branchen, einschließlich Newsrooms und Redaktionen, spielen. In einem journalistischen Umfeld könnte eine AGI beispielsweise komplexe und tiefgründige Analysen verfassen oder investigative Recherchen durchführen. Darüber hinaus könnte sie eine leitende Rolle übernehmen und die Arbeit der menschlichen Journalisten koordinieren, um sicherzustellen, dass die redaktionellen Standards eingehalten werden. Dies würde nicht nur die Effizienz steigern, sondern auch die Qualität der journalistischen Arbeit auf ein neues Niveau heben.

Einsatzmöglichkeiten in Newsrooms und Redaktionen

Die Integration von KI in Newsrooms und Redaktionen wird in den kommenden Jahren tiefgreifende Veränderungen mit sich bringen. KI-Assistenten, KI-Agenten und möglicherweise auch AGI können dazu beitragen, die Effizienz zu steigern und kreative Prozesse zu unterstützen. Gleichzeitig bringen sie jedoch auch Herausforderungen mit sich, die sorgfältig abgewogen werden müssen.

Der Einsatz von KI-Assistenten in Redaktionen wird voraussichtlich zu einer Automatisierung vieler repetitiver Aufgaben führen. Journalisten und Redakteure werden zunehmend KI-gestützte Tools verwenden, um Routineaufgaben wie die Transkription von Interviews oder die Analyse großer Datenmengen zu automatisieren. Dies ermöglicht es den Mitarbeitern, sich auf komplexere und kreativere Aspekte ihrer Arbeit zu konzentrieren, wie das Verfassen von Artikeln oder das Entwickeln neuer Story-Ideen. Die Möglichkeit, durch KI schnell auf relevante Informationen zuzugreifen und diese zu verarbeiten, könnte die Qualität der Berichterstattung erheblich verbessern.

KI-Agenten könnten in Redaktionen eine bedeutende Rolle bei der Optimierung von Geschäftsprozessen spielen. Sie könnten beispielsweise eingesetzt werden, um große Datenmengen zu analysieren und relevante Informationen herauszufiltern, die für die Berichterstattung wichtig sind. Ein KI-Agent könnte auch eigenständig Themenvorschläge machen, basierend auf aktuellen Trends und Datenanalysen. Darüber hinaus könnten KI-Agenten in der Lage sein, einfache Nachrichtenartikel zu generieren, indem sie Daten aus verschiedenen Quellen zusammenführen und in einen kohärenten Text umwandeln.

Die potenzielle Einführung von AGI in Redaktionen könnte eine noch tiefgreifendere Transformation mit sich bringen. Eine AGI könnte in der Lage sein, komplexere journalistische Aufgaben zu übernehmen, wie das Verfassen tiefgründiger Analysen oder das Durchführen investigativer Recherchen. Sie könnte auch koordinierende Aufgaben für die Arbeit der menschlichen Journalisten übernehmen und sicherstellen, dass die redaktionellen Standards eingehalten werden.

Herausforderungen und ethische Überlegungen

Trotz der vielen Vorteile, die der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in Redaktionen mit sich bringen kann, gibt es auch erhebliche Herausforderungen und tiefgehende ethische Überlegungen, die berücksichtigt werden müssen. Eine der größten Herausforderungen ist die **Sicherstellung der Qualität und Integrität** der Berichterstattung. Kritiker befürchten, dass durch den Einsatz von generativer KI möglicherweise Informationen verbreitet werden könnten, die nicht nachweisbar oder verifiziert sind, was das Vertrauen der Öffentlichkeit in journalistische Inhalte erheblich gefährden würde.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist die ethische Dimension des KIEinsatzes in Redaktionen. Die **Verantwortung** für die publizierten Inhalte bleibt bei den menschlichen Redakteuren. Es ist von entscheidender Bedeutung, dass diese Redakteure über die erforderlichen Kompetenzen verfügen, um die von KI generierten Inhalte kritisch zu bewerten und sicherzustellen, dass sie den hohen journalistischen Standards entsprechen. Diese zusätzliche Verantwortung könnte eine erhebliche Belastung für Journalisten darstellen, da sie sich nicht nur mit ihren eigenen Inhalten auseinandersetzen müssen, sondern auch die potenziellen Fehler oder Vorurteile der KI sorgfältig prüfen und korrigieren müssen.

Die **Schulung** und kontinuierliche **Weiterbildung** der Mitarbeiter wird eine zentrale Rolle spielen, um diesen Herausforderungen begegnen zu können. Angesichts der sich rasant verändernden Technologien müssen Redaktionen umfassende Strategien entwickeln, um ihre Mitarbeiter fortlaufend weiterzubilden und auf neue technologische Anforderungen vorzubereiten. Dies könnte bedeuten, dass Redakteure nicht nur lernen müssen, wie sie effektiv mit KI-Tools arbeiten können, sondern auch, welche ethischen Überlegungen sie dabei ständig im Auge behalten müssen.

Fazit

Die Unterschiede zwischen KI-Assistenten, KI-Agenten und Allgemeiner Künstlicher Intelligenz (AGI) sind signifikant und haben jeweils unterschiedliche Implikationen für ihren Einsatz in Newsrooms und Redaktionen.

KI-Assistenten, wie sie in vielen Redaktionen bereits Verwendung finden, sind spezialisierte Systeme, die darauf ausgelegt sind, bestimmte Aufgaben zu erleichtern und zu automatisieren. Sie können beispielsweise Texte vorschlagen, Daten analysieren oder Routineaufgaben übernehmen, was die Effizienz der Redaktionsarbeit deutlich steigern kann. Diese Assistenten sind darauf trainiert, spezifische Bereichskenntnisse anzuwenden und unterstützen somit den kreativen Prozess der Journalisten.

Auf der anderen Seite stehen KI-Agenten, die über ein breiteres Spektrum an Fähigkeiten und die Fähigkeit zur autonomen Entscheidung verfügen. Diese Agenten können komplexere Aufgaben übernehmen, wie etwa die Erstellung von Inhalten basierend auf aktuellen Ereignissen oder die Interaktion mit Lesern in Echtzeit. Sie sind in der Lage, auf eine Vielzahl von Inputs zu reagieren und dabei flexibel und anpassungsfähig zu agieren.

AGI hingegen, also die Allgemeine Künstliche Intelligenz, ist ein theoretisches Konzept, das die Fähigkeit einer Maschine beschreibt, jede intellektuelle Aufgabe zu lösen, die ein Mensch bewältigen kann. Diese Form der KI existiert bislang nur in der Theorie und in wissenschaftlichen Diskussionen. Die Entwicklung von AGI könnte eines Tages zu Maschinen führen, die ein tiefes Verständnis und eine menschenähnliche Intelligenz besitzen, was tiefgreifende Implikationen für viele Bereiche der Gesellschaft, einschließlich des Journalismus, hätte.

Die Integration von KI in Redaktionen bringt sowohl positive als auch negative Aspekte mit sich. Positiv zu vermerken ist die potenzielle Effizienzsteigerung und die Entlastung der Journalisten von Routineaufgaben, was ihnen mehr Zeit für kreative und investigative Tätigkeiten verschafft. Allerdings gibt es auch Bedenken hinsichtlich der journalistischen Integrität und der Gefahr einer Abhängigkeit von Technologien, die möglicherweise Vorurteile oder Fehler enthalten.

Die Herausforderung für Redaktionen wird darin bestehen, ein Gleichgewicht zwischen dem Einsatz neuer Technologien und dem Erhalt journalistischer Integrität zu finden. Dies erfordert eine sorgfältige Implementierung und die ständige Überwachung der eingesetzten Systeme. Zudem wird die Fähigkeit zur Anpassung an neue Anforderungen und die kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeiter entscheidend für den Erfolg in einer zunehmend technologisierten Welt sein. Mitarbeiter müssen geschult werden, um mit den neuen Technologien umzugehen und deren Potenzial voll auszuschöpfen, ohne die ethischen Grundsätze des Journalismus zu gefährden.

Abbildungen

ABBILDUNG 1:	Ansgar Zerfaß/Sophia Charlotte Volk, Toolbox Kommunikationsmanagement. Denkwerkzeuge und Methoden für die Steuerung der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden 2019.	17
ABBILDUNG 2:	Der nuwacom-STAR-Prompt.	34
ABBILDUNG 3:	Der nuwacom-ZIEL-Prompt.	36
ABBILDUNG 4:	Übersicht über einige nuwacom-Assistenten.	48
ABBILDUNG 5:	Der nuwacom-Assistent für Leichte Sprache erhält einen Text einer Polizeimeldung.	50
ABBILDUNG 6:	Der etwas sperrige Behördentext wird durch den Assistenten deutlich verständlicher.	51
ABBILDUNG 7:	Faktencheck-Assistent.	52
ABBILDUNG 8:	Einblick in den Dialog mit dem LinkedIn Post Profi.	53
ABBILDUNG 9:	Suchmaschinenoptimierung mit dem SEO-Assistenten inkl. Schema-Markup.	54
ABBILDUNG 10:	FAQ-Assistent	55
ABBILDUNG 11:	Die FAQ-Generatorin von nuwacom hat beispielhaft drei aktuelle Fragen gestellt bekommen, die sie strukturiert mit Informationen aus der internen Wissensdatenbank des Unternehmens beantwortet hat.	56
ABBILDUNG 12:	Treffen Sie klügere Entscheidungen in komplexen Situationen mithilfe von KI.	57
ABBILDUNG 13:	Erstellen Sie im Dialog mit unserem KI-Assistenten Theo Strukturus eine Themenarchitektur für Ihre Kommunikation.	61
ABBILDUNG 14:	Ein KI-Assistent besteht aus Header, KI-Modell, System-prompt und „Temperatur“.	64
EMOJIS:	All emojis designed by OpenMoji – the open-source emoji and icon project. License: CC BY-SA 4.0	35

Impressum

Verantwortlich: Sascha Böhr, CEO nuwacom GmbH
Im Metternicher Feld 30c, 56072 Koblenz
+49 261 89968649, info@nuwacom.ai

Redaktion: Sascha Böhr, Christian Lindner, Harald Ille
(unter Nutzung der nuwacom KI-Modelle)
Design und Layout: Kristina Eich

Die sichere KI-Plattform für höchste Ansprüche

Ihre unternehmenseigene, workflowbasierte KI-Plattform –
100% datenschutzkonform und flexibel.

🔗 Briefings schreiben

💬 Informationen finden

➔ Texte generieren

⚙️ Aufgaben automatisieren

und vieles mehr...

S

nuwacom

Brief

Ask

Create

Prompts

Wissensdatenbank

Einstellungen

JM

Julia Meier

Brief > Markenausrichtung 2024

Deutsch

Markenausrichtung 2024

Zusammenfassung generieren

Kampagnenziel:
Einführung der neuen, nachhaltigen Produktlinie "EcoSmart".
Steigerung des Markenbewusstseins sowie der Verkaufszahlen
Monate um 20%.

Hintergrund und Kontext:
Unser Unternehmen hat in den letzten Jahren intensiv an der Entwicklung umweltfreundlicher Produkte gearbeitet. Die "EcoSmart"-Linie, die aus recycelten Materialien hergestellt werden, weniger Energie verbrauchen und eine längere Lebensdauer haben. Mit dieser neuen Produktlinie wollen wir den Bereich nachhaltiger Technologien positionieren und umweltbewusstere Verbraucher ansprechen.

Zielgruppe:
Primär: Umweltbewusste Verbraucher im Alter von 25–45 Jahren, die Wert auf Nachhaltigkeit legen.
Sekundär: Familien, die nach langlebigen und sicheren Haushaltsprodukten suchen.
Wesentliche Botschaften:
"EcoSmart – Intelligente Lösungen für eine grünere Zukunft"
"Nachhaltigkeit trifft Innovation: Entdecken Sie unsere neuen EcoSmart Produkte."
"Weniger Energie, mehr Effizienz – für eine nachhaltige Haushaltslösung."
Kernvorteile der Produkte:
Umweltfreundliche Materialien und Produktion
Energieeffizienz und Kosteneinsparungen
Längere Lebensdauer und Zuverlässigkeit
Stilvolles und modernes Design
Strategie:
Die Marketingkampagne wird sich auf mehrere Kanäle und Taktiken stützen, um die Zielgruppe effektiv zu erreichen und zu überzeugen.

Digital Marketing:
Social Media: Kampagne auf Plattformen wie Instagram, Facebook und LinkedIn, um Influencern und gezielten Anzeigen.

KI-Tools

Kürzer machen

Länger machen

Tonalität

Umschreiben

Vereinfachen

Zusammenfassen

Weiter schreiben

Übersetzen

Julia Meier

Anton Becker

Tom Müller

nuwacom

Sichern Sie sich jetzt
einen exklusiven Einblick
www.nuwacom.ai

nuwacom

nuwacom GmbH
Im Metternicher Feld 30c
56072 Koblenz

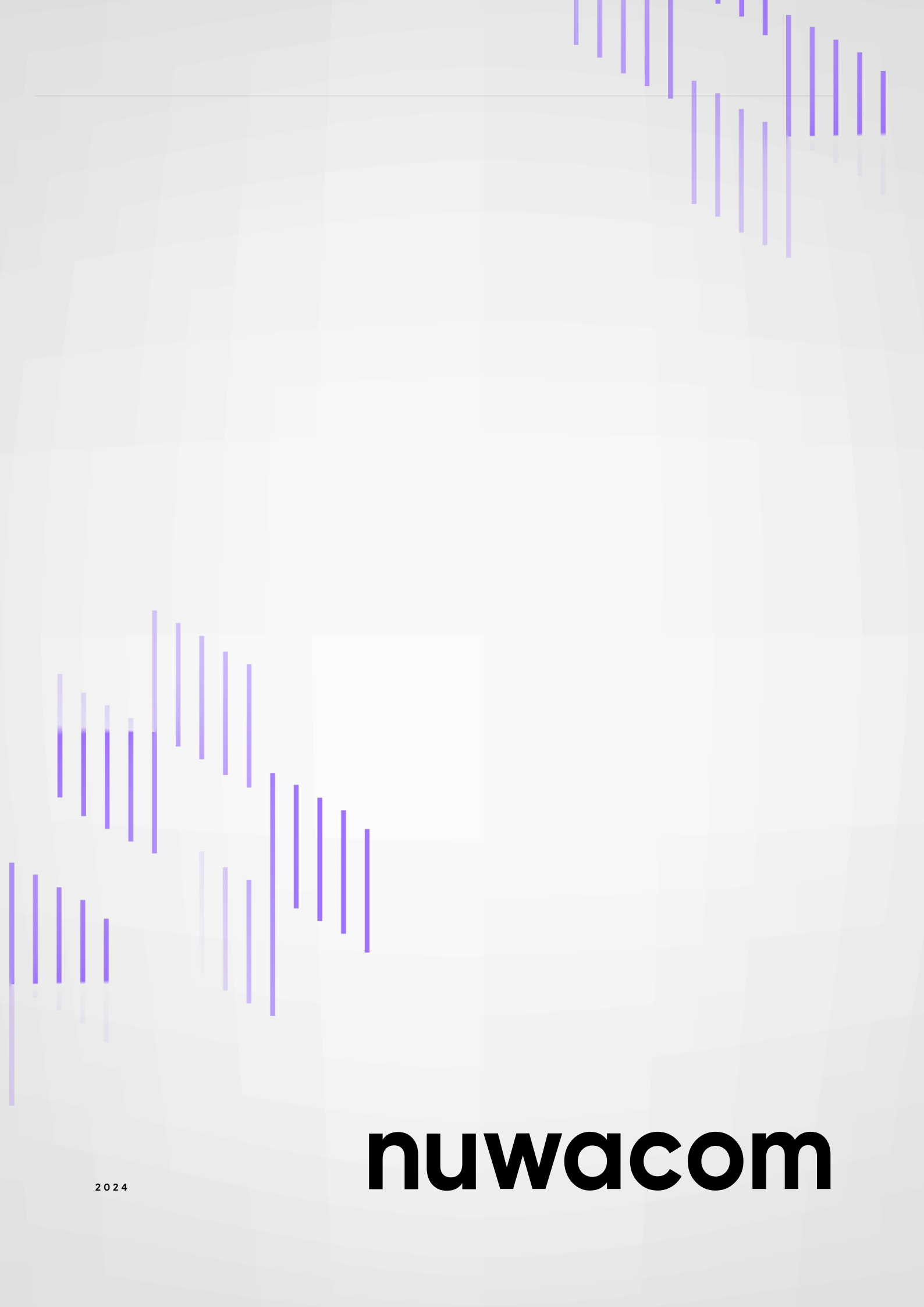
+49 261 89968649

www.nuwacom.ai

info@nuwacom.ai

Geschäftsführer:

Sascha Böhr, Alexander Kleinen



nuwacom