

## Station 01 – Texte erzeugen

Ziel:

Eine Idee dafür entwickeln, welche Chancen und Grenzen die Textarbeit mit KI hat.

Übertragbarkeit der Erkenntnisse unabhängig von konkreten Tools.

- **Konkrete Anwendungsfragen**
- **Spezielle Text-Tools**
- **Prompting/Kontext**
- **Generelle KI-Tools**

## Station 01 – Texte erzeugen

**„KI realisiert eine fremdartige Form von ‚Intelligenz‘, welche humane Sprache nicht versteht, auf trainierter Tokenstatistik beruht und doch die Geisteskraft jedes Menschen weit übertrifft.“**

(Prof. Dr. Dr. h. c. Sybille Krämer, FU Berlin)











Wir müssen lernen, mit der Unsicherheit einer Wahrscheinlichkeit umzugehen.

## Text-Tools

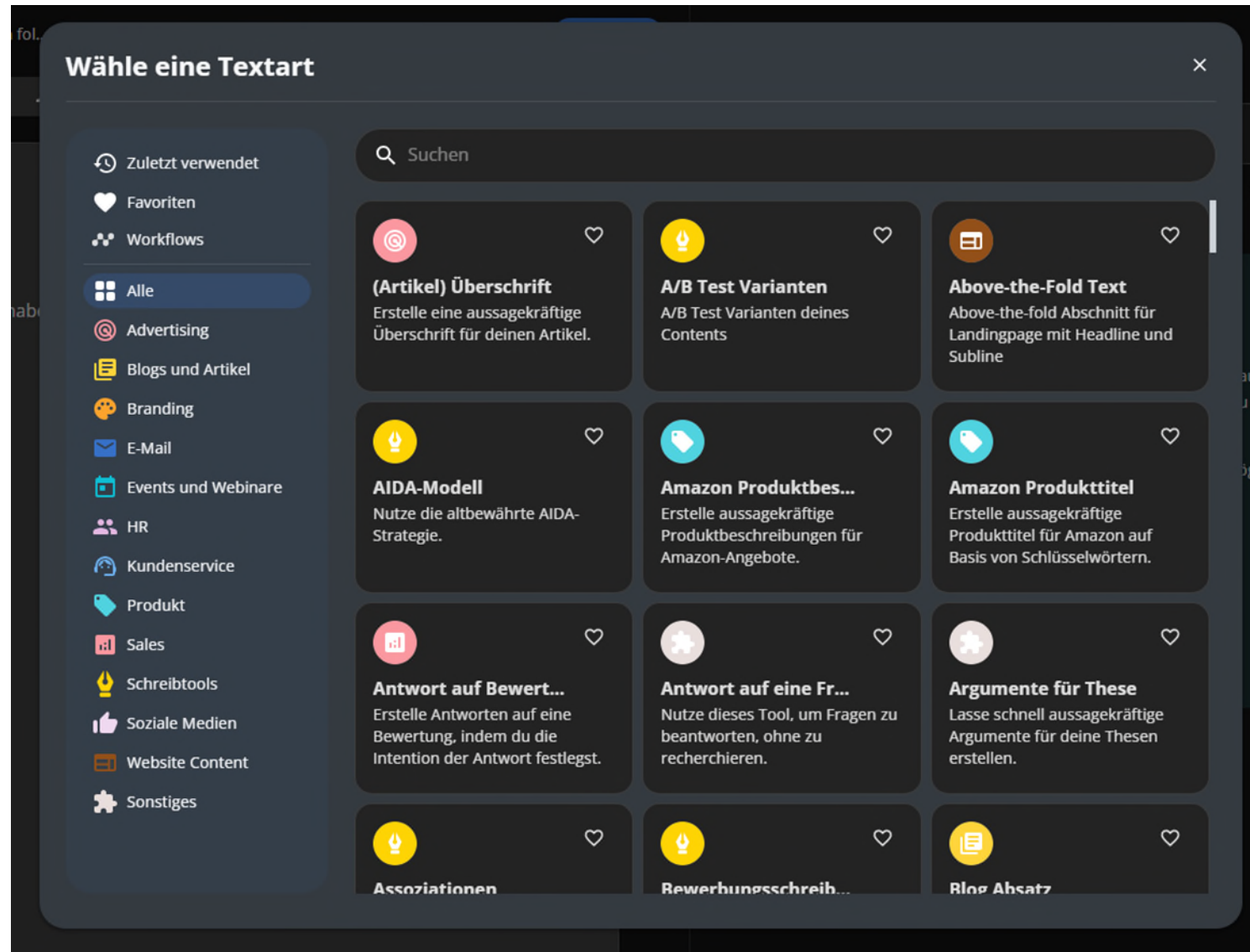
Korrektur, Optimierung, Generierung



## Hallo Stefan Althaus. Woran arbeitest du heute?

 <b>Text umschreiben</b> > Erhöhe die Lesbarkeit	 <b>Rechtschreibprüfung</b> > Verbessere Fehler	 <b>Plagiatsprüfung</b> > Vermeide Plagiat
 <b>AI-Detector</b> > Analysiere Text	 <b>KI-Humanizer</b> > Vermenschliche Text	 <b>KI-Chat</b> > Generiere Ideen.
 <b>Übersetzer</b> > Übersetze Texte	 <b>Text zusammenfassen</b> > Fasse Texte zusammen	 <b>Zitiergenerator</b> > Zitiere Quellen
 <b>Flow</b> > Schreibe mit AI		

[Weniger Tools anzeigen](#) ^



**LanguageTool**  
Ihr Schreibassistent

[Rechtschreibprüfung](#)
[Text umschreiben](#)
[Premium](#)

-20 %

[Für Unternehmen](#)
[Mehr](#)

**Zu Edge hinzufügen**

**Stefan Althaus**  
Zum Editor

## Text umschreiben

Ganze Texte umformulieren – online und kostenlos. Mit unserem KI-basierten Schreibtool lassen sich Sätze umschreiben und Texte kürzen.

Zu Edge hinzufügen

20% Rabatt aufs Premium-Abo – nur für kurze Zeit! **Jetzt Rabatt sichern**

3 9 : 2 2 : 1 4

Deutsch

Sätze hier einfügen oder eintippen, um sie umzuschreiben ...

Standard
Formell
Akademisch
Einfach
**Kreativ**
Mehr

### Kreativmodus

Premium-Funktion

Eingabetext

Der Sonnenuntergang war schön.

→

Umformulierter Text

Der Sonnenuntergang **verwandelte den Himmel in ein atemberaubendes Farbenspektakel.**

Anwendungsbereiche

- Kinderbücher
- Sachbücher
- Beschreibungen in Social-Media-Beiträgen

- Belletristik
- Informelle E-Mails
- Drehbuchschreiben

Premium-Modi freischalten

☒
Beliebig viele Umformulierungen

☒
Erweiterte Vorschläge zu Stil und Wortwahl

Ausgangstext

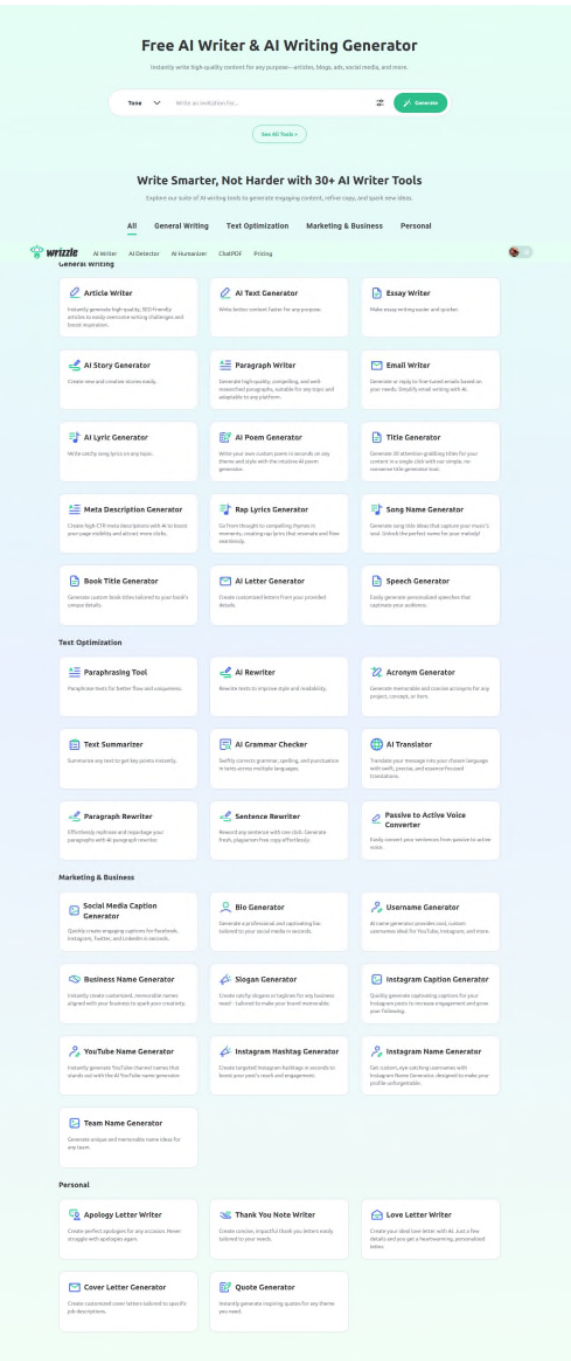
Audience Development (Publikumsentwicklung) im Kulturbereich bezeichnet strategische und systematische Ansätze, um das Publikum für kulturelle Angebote zu erweitern, zu diversifizieren und zu binden. Es umfasst eine Vielzahl von Maßnahmen, die darauf abzielen, neue Zielgruppen zu erreichen, bestehende Besucher zu stärken und eine tiefere Beziehung zwischen der kulturellen Institution und ihrem Publikum aufzubauen. Ziel ist es, kulturelle Teilhabe zu fördern und sicherzustellen, dass kulturelle Angebote für eine breite und diverse Bevölkerung zugänglich und ansprechend sind.

Content-Type: Essay, Audience Level: High School

Was ist Audience Development (Publikumsentwicklung) im Kulturbereich? Es umfasst eine Reihe von Maßnahmen, die darauf abzielen, neue Besucher anzuziehen und bestehende zu halten, indem sie eine tiefere Verbindung mit der kulturellen Einrichtung fördern. Ziel ist es, kulturelle Teilhabe zu fördern und sicherzustellen, dass die kulturellen Angebote für eine breite und diverse Bevölkerung zugänglich und attraktiv sind.

Content-Type: Article, Audience Level: Doctorate

„Audience Development“ bezieht sich im Kontext des Kulturmanagements auf die strategischen Ansätze zur Publikumsentwicklung. Es umfasst eine Reihe von Maßnahmen zur Gewinnung neuer und Bindung bestehender Besucher sowie zur Etablierung einer engen Verbindung zwischen der Kultureinrichtung und ihrem Publikum. Es soll sichergestellt werden, dass alle Bürger eines Landes Zugang zu kulturellen Angeboten haben.





„KI-Programme können bei der Übersetzung in Leichte Sprache bei einigen Arbeitsschritten unterstützen. Entscheidend ist neben der Auswahl eines geeigneten KI-Programms auch eine gute Vorbereitung und Nachbearbeitung der Inhalte. Bei der Auswahl eines geeigneten Programms können Kriterien wie Datengrundlage, Datenschutz, Zielgruppentauglichkeit und vorhandene Anwendungserfahrungen im Bereich Leichte Sprache hilfreich sein.

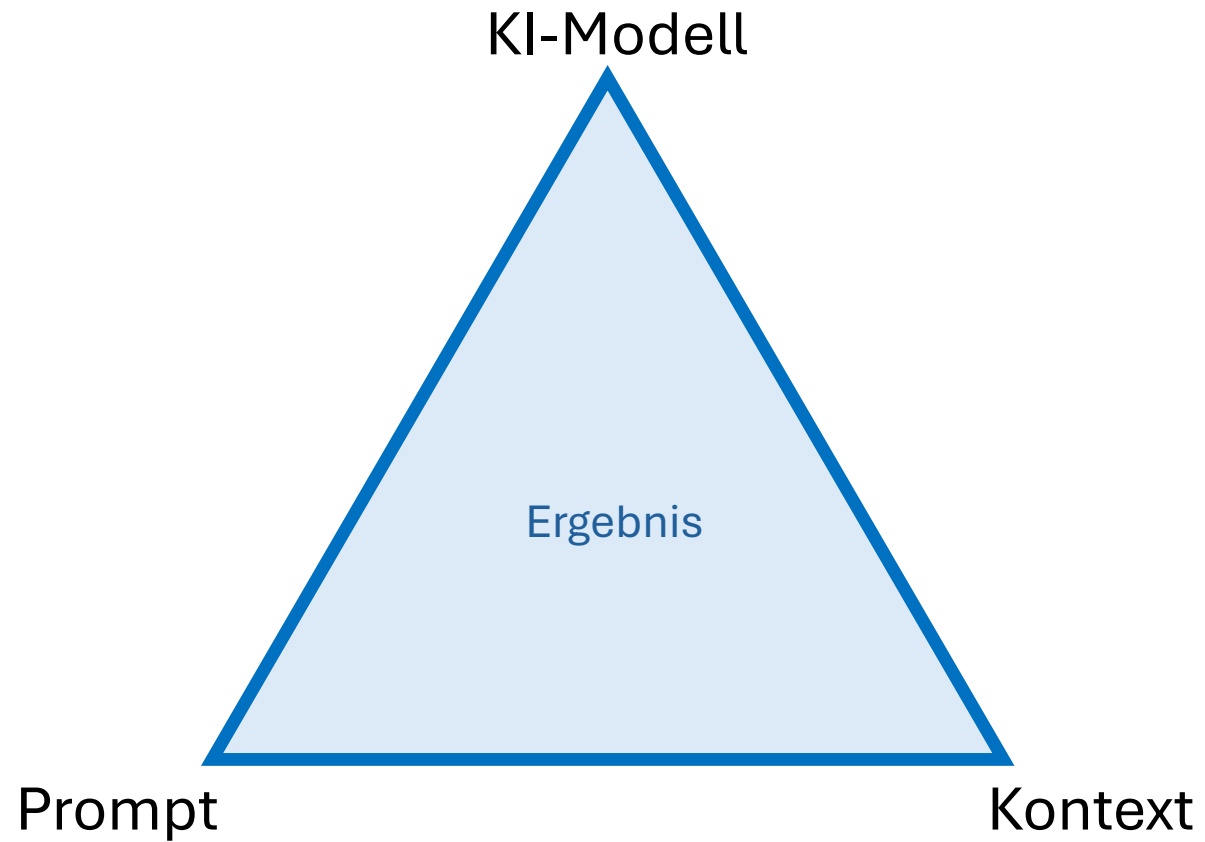
Die Entscheidung für oder gegen eine KI-generierte Übersetzung sollte informiert und verantwortungsvoll getroffen werden. Bei der Entscheidung sollten nicht nur Kosten und die schnellere Verfügbarkeit KI-generierter Texte eine Rolle spielen.“

(Quelle: KI-KODEX: Kodex für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz für Leichte Sprache - Empfehlungen für den verantwortungsvollen Umgang mit KI-Programmen zur Erstellung von Texten in Leichter Sprache. [https://www.lebenshilfe-ffm.de/files/bilder/Informationen%20LH/06\\_19\\_KI%20Kodex%20Barrierefrei.pdf](https://www.lebenshilfe-ffm.de/files/bilder/Informationen%20LH/06_19_KI%20Kodex%20Barrierefrei.pdf))





## Station 01 – Texte erzeugen



## Prompting

- Beschreibe, welche Rolle die KI einnehmen soll („Du bist...“)
- Verwende positive Formulierungen („Verwende eine verständliche Sprache“ statt „Benutze keine Fachbegriffe“)
- Verwende präzise Formulierungen des Themas und der Zielgruppe(n)
- Stelle Kontext zur Verfügung. Nutze auch Beispiele, um Kontext zu generieren
- Nutze präzise Formulierungen bei
  - Stil (z.B. „Formuliere bildhaft und anregend, aber nicht pathetisch.“),
  - Form (z.B. „Formuliere in 3–4 kompakten Absätzen.“),
  - Ansprache (z.B. „Vermeide persönliche Ansprache vollständig.“)
- Teile komplexe Aufgaben in kleinere Schritte auf

### **Beispiel für den Prompt zu einem Konzepttext:**

„Erstelle mir ein Konzept zum Thema ... mit den Schwerpunkten im Bereich....  
Formuliere inspirierend, bildhaft, aber nicht überladen. Nutze abwechslungsreiche  
Satzlängen und eine klare inhaltliche Struktur. Textlänge 1000 - 1200 Zeichen.“

**Bei reinen Verbesserungen oder Analysen vorhandener Texte reichen die schnellen KI-Modelle.**

## Prompting

### **Prompting for Prompts**

„Ich möchte mir Personas entwickeln, um besser auf meine Zielgruppen eingehen zu können. Bitte erstelle mir dazu mindestens zwei passende Prompts.“

Zusätzlich: „Wenn du weitere Informationen brauchst, frage mich bitte vorher.“

### **Reverse Prompting**

...bedeutet, das Modell zu fragen: „Welchen Prompt solltest du erhalten, um ein bereits bestehendes Ergebnis (Textbeispiel, Code) bestmöglich zu erreichen?“

Am besten ist es, die KI darauf hinzuweisen, dass man Reverse Prompting einsetzen möchte.

# Effektiver arbeiten mit KI-Textsystemen

## 1. Grundlagen: Die richtige Haltung



### KI als Kollegin behandeln:

Geben Sie Kontext, definieren Sie Rollen und formulieren Sie Aufgaben klar und deutlich.



**Iterativ arbeiten,  
nicht perfekt  
erwarten**



Nutzen Sie erste Ergebnisse als Rohmaterial, geben Sie **Feedback** und schärfen Sie gezielt nach.



### Kritische Prüfung in 3 Schritten

- Prüfen Sie Texte immer **inhaltlich** (Fakten)
- **formal** (Stil)
- und **ethisch** (Werte)

## 2. Anwendung: Kreative Methoden



### Ideen-Generator, nicht Autor

Nutzen Sie die KI als Impulgeber für Brainstorming, z. B. für Titel oder Konzepte.



### Perspektivwechsel simulieren

Bitten Sie die KI, einen Text aus der Sicht verschiedener Zielgruppen zu formulieren.



### Zielgruppe klar definieren

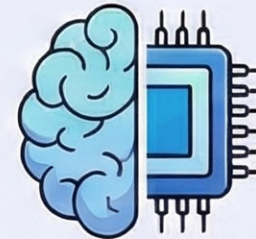
Geben Sie in Ihren Prompts immer an, für wen der Text bestimmt ist.

## 3. Praxis: Integration in den Workflow



### KI als Sparringspartner, nicht als Ersatz

KI ergänzt menschliche Fähigkeiten, sie ersetzt sie nicht.



### Bewusster Einsatz

Reflektieren Sie, bei welchen Textsorten KI wirklich hilfreich ist – und wo nicht.



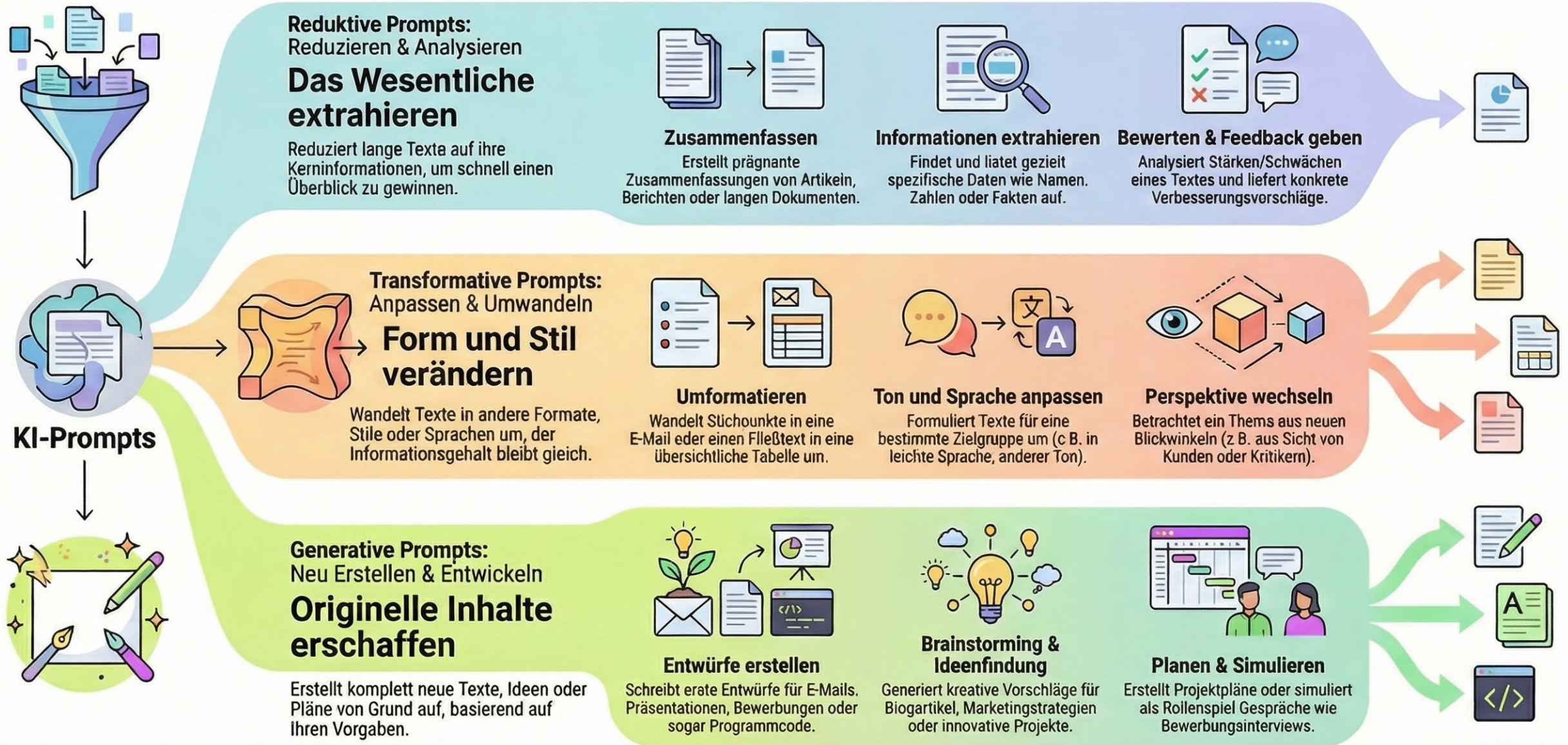
### Wo kann KI entlasten?

Ideal für Ideenfindung, Rohtexte, Variationen, Kürzungen und Vereinfachungen.



# Die 3 Arten von KI-Prompts: Bessere Ergebnisse mit ChatGPT & Co.

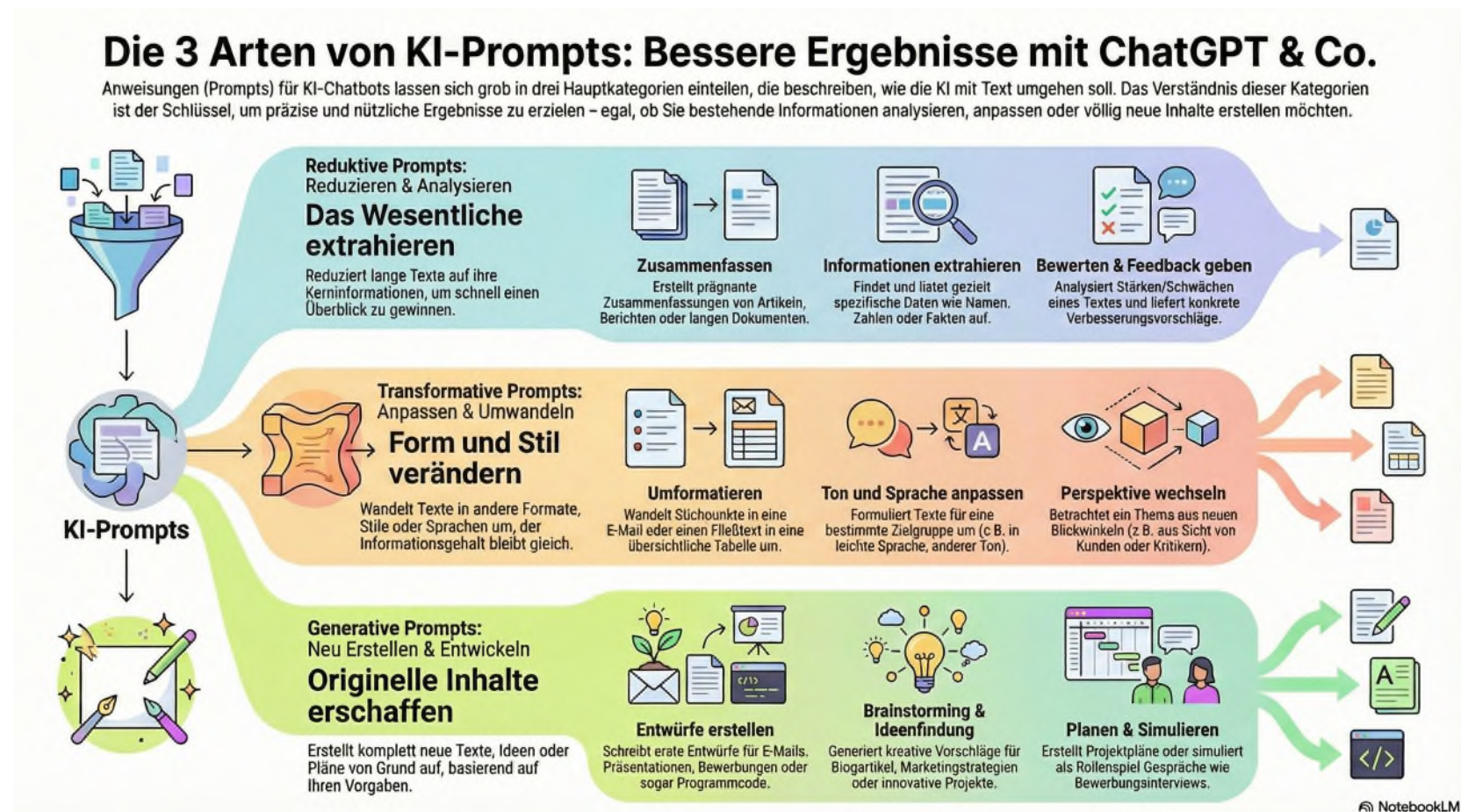
Anweisungen (Prompts) für KI-Chatbots lassen sich grob in drei Hauptkategorien einteilen, die beschreiben, wie die KI mit Text umgehen soll. Das Verständnis dieser Kategorien ist der Schlüssel, um präzise und nützliche Ergebnisse zu erzielen – egal, ob Sie bestehende Informationen analysieren, anpassen oder völlig neue Inhalte erstellen möchten.







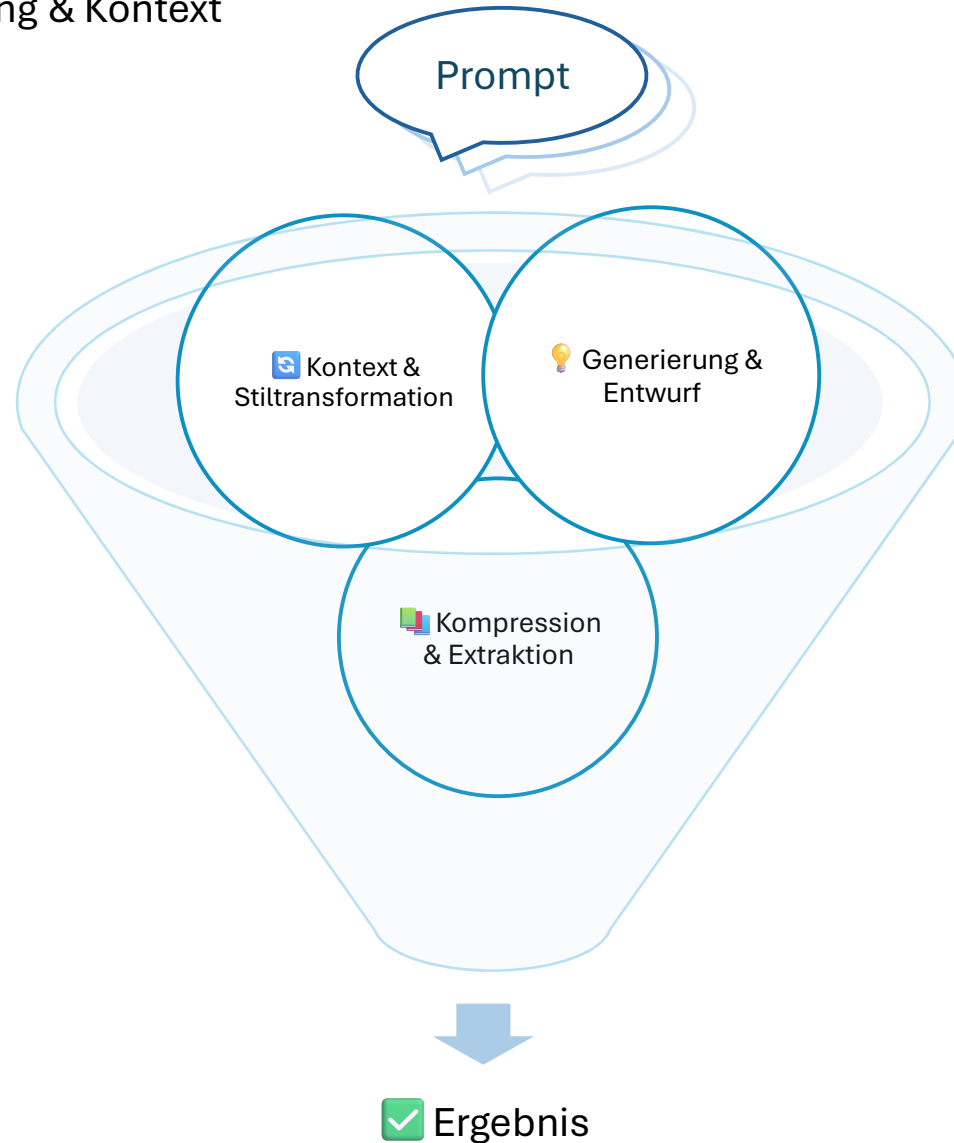
Zusammenfassung von drei Video-Tutorials der „Digitalen Profis“ ([Digitale Profis – YouTube](https://www.youtube.com/channel/UC8vXp1Hh1v1v1v1v1v1v1v1v1)) und anschließende grafische Darstellung der Ergebnisse. Umgesetzt mit NotebookLM (<https://notebooklm.google/>)



## Large Language Models (LLM)

Fokus auf Generierung & Kontext

Diese Tools bieten  
Kernfunktionen für  
komplexe  
Textaufgaben.



### Vorschau mit „Bildungsinhalte“

„Erklären Sie, warum sich die Farbe des Himmels bei Sonnenuntergang verändert.“

#### Stil „Gemeinschaftliche Einladung“

Hast du dich schon mal gefragt, warum der Himmel abends plötzlich orange und rot leuchtet? Das hat mit Licht und Physik zu tun – und es ist faszinierend!

Tagsüber scheint die Sonne direkt über dir. Das Licht nimmt einen kurzen Weg durch die Atmosphäre und erscheint dir blau. Aber wenn die Sonne untergeht, ändert sich alles: Das Licht muss einen viel längeren Weg durch die Luftschichten nehmen.

Hier kommt die Streuung ins Spiel. Blaues Licht hat kurze Wellen und wird von Luftmolekülen stärker gestreut – es verschwindet sozusagen aus deinem Blickfeld. Rotes und oranges Licht mit längeren Wellen passiert die Atmosphäre dagegen fast ungehindert und erreicht deine Augen. Das ist der Grund für die wunderschönen Farben am Horizont!

Je mehr Staub und Partikel in der Luft sind, desto intensiver werden die Farben. Deshalb sind Sonnenuntergänge nach Regentagen oder in Gegenden mit mehr Luftverschmutzung oft besonders spektakulär.

Willst du dieses Phänomen selbst beobachten? Schau dir den nächsten Sonnenuntergang bewusst an – und achte darauf, wie sich die Farben verändern!

#### Standard-Stil „Erklärend“

Bei Sonnenuntergang verändert sich die Himmelsfarbe wegen der Art, wie Licht durch die Atmosphäre wandert.

Stellen Sie sich vor, dass Sonnenlicht aus verschiedenen Farben besteht – von kurzwelligem blauem Licht bis zu langwelligem rotem Licht. Wenn die Sonne hoch am Himmel steht, durchquert ihr Licht eine relativ kurze Strecke durch die Atmosphäre. Das blaue Licht wird von Gasmolekülen stärker gestreut (ein Prozess namens Rayleigh-Streuung), weshalb der Himmel tagsüber blau erscheint.

Bei Sonnenuntergang ändert sich die Geometrie dramatisch. Das Licht muss einen viel längeren Weg durch die Atmosphäre nehmen, um zu Ihren Augen zu gelangen. Während dieser längeren Reise wird das blaue Licht so intensiv gestreut, dass es den direkten Weg zu Ihnen nicht mehr schafft. Übrig bleibt hauptsächlich das langwellige rote und orange Licht, das weniger gestreut wird und direkt zu Ihnen durchdringt.

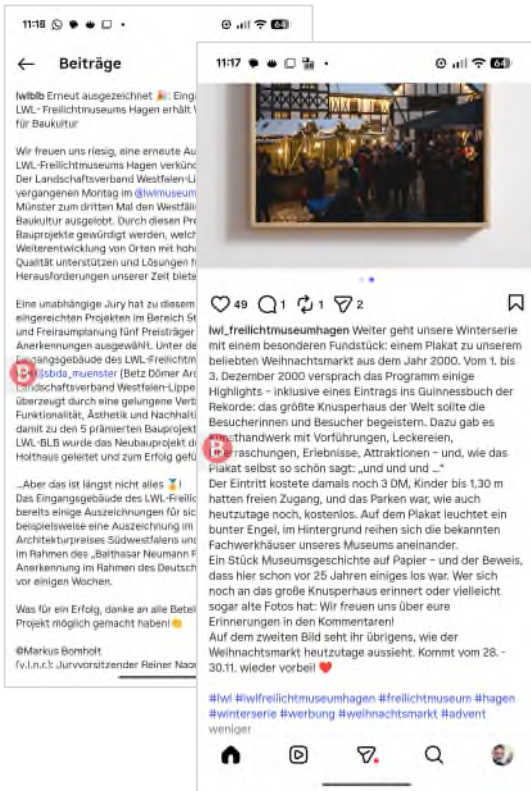
Je näher die Sonne dem Horizont kommt, desto länger wird dieser Weg, und desto intensiver werden die roten und orangefarbenen Töne. An besonders klaren Tagen können Sie sogar tiefe Rottöne sehen, weil die Atmosphäre das blaue Licht vollständig herausgefiltert hat.



# Gemini 3 - Instagram beim LWL-Freilichtmuseum Hagen



**Prompt:** Kann ich den Stil eines bestimmten Instagram accounts gezielt von dir analysieren lassen und mir die wichtigsten Merkmale des Sprachstils und der Tonalität auflisten lassen?



## Ausschnitt aus dem Ergebnis:

Ich habe mir die beiden Beiträge genau angesehen. Interessant ist hierbei: Der erste Screenshot stammt vom direkten Account des LWL-Freilichtmuseums Hagen (@lwl\_freilichtmuseumhagen), der zweite vom LWL-Bau- und Liegenschaftsbetrieb (@lwlblb), wobei es inhaltlich um das Museum geht. Beide teilen sich eine klare institutionelle "DNA", aber ich fokussiere mich bei der Analyse primär auf die Stimme des Museums (Bild 1), da dies die Hauptkommunikation mit den Besuchern darstellt, beziehe aber die professionelle Sachlichkeit des zweiten Bildes mit ein.

Hier ist die Analyse der Brand Voice und des Stils:

### 1. Tonalität & Grundstimmung (Vibe)

**Seriös & Vertrauenswürdig:** Der Ton ist niemals reißerisch oder „zu laut“. Man merkt sofort, dass hier eine öffentliche Institution (Landschaftsverband Westfalen-Lippe) spricht. Es herrscht eine gewisse staatstragende Ruhe.

**Informativ & Edukativ:** Der Content hat Mehrwert. Es wird Wissen vermittelt (Historie, Fakten), aber auf eine zugängliche Weise ("Storytelling").

**Stolz & Wertschätzend:** Besonders im zweiten Post (Baupreis) und im ersten (Weihnachtsmarkt-Tradition) schwingt viel Stolz auf die eigene Region, die Architektur und die Geschichte mit.

**Nostalgisch-warm:** Im Besucher-Post (Weihnachtsmarkt) wird gezielt eine gemütliche, erinnerungsbehaftete Atmosphäre geschaffen („Wie das Plakat selbst so schön sagt...“).

### 2. ...

# Gemini 3 - Instagram beim LWL-Freilichtmuseum Hagen



**Prompt:** Sieh dir die Webseite des Freilichtmuseums Hagen an: LWL | Startseite - LWL-Freilichtmuseum Hagen. Kannst du Zielgruppen erkennen, für die eine andere Ansprache sinnvoller wäre? Falls ja, gib mir Hinweise auf eine Umsetzung der sinnvollen Anpassungen oder Ergänzungen. Ich arbeite im Marketing/Social Media Bereich des Museums.

## Ausschnitt aus dem Ergebnis:

Wenn man die Webseite (mit all ihren Angeboten wie den Erlebnisprogrammen, dem Wasserspielplatz oder der Bäckerei) gegen den aktuellen Instagram-Stil hält, fallen sofort **zwei bis drei Zielgruppen** auf, die durch den aktuellen „freundlichen Historiker“-Stil (siehe vorherige Analyse) noch nicht optimal „gecatched“ werden.

Der aktuelle Stil ist perfekt für **Kulturinteressierte, Best Ager und Nostalgiker**. Aber das Museum bietet laut Webseite eigentlich viel mehr „Action“ und „Hands-on“-Erlebnisse, die eine dynamischere Sprache vertragen.

Hier sind die identifizierten Zielgruppen und konkrete Vorschläge, wie du sie (z.B. in Reels oder spezifischen Post-Reihen) anders ansprechen kannst:

### 1. Die „Young Families“ & Eltern (Action & Auspowern)

Das Potenzial: Auf der Webseite werden der Wasserspielplatz, das „Austoben“ und kindgerechte Programme erwähnt. Der aktuelle Instagram-Stil („Ein besonderes Fundstück“, „historische Baukultur“) ist für Eltern, die am Samstagmorgen überlegen: „Wo kriege ich die Kinder heute müde?“, zu ruhig und zu intellektuell.

- Ansprache-Shift: Weg vom *Belehrenden*, hin zum *Erlebenden*. Weniger „Geschichte“, mehr „Freiheit“.
- Tonalität: Dynamisch, verständnisvoll (Eltern-Insights), aktivierend.

### 2. Die „Gen Z“ & „Millennials“ (Cottagecore & DIY-Trend)

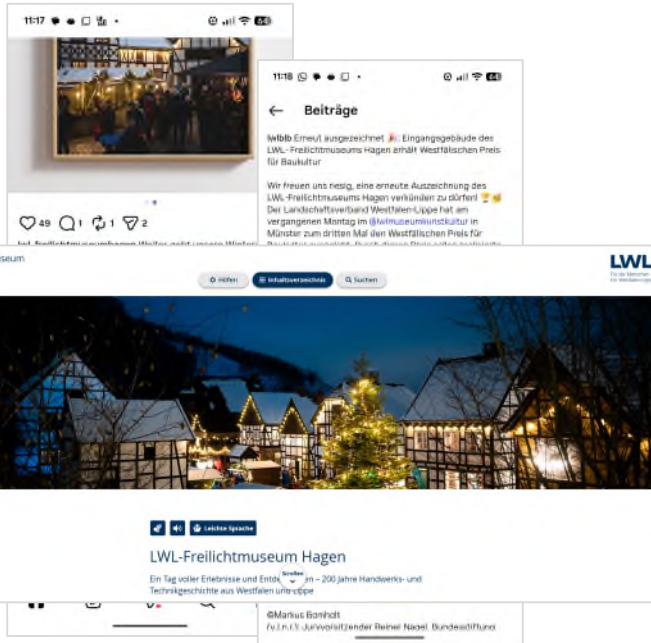
Das Potenzial: Das Museum ist eigentlich ein Paradies für aktuelle Social-Media-Trends wie #Cottagecore (romantisiertes Landleben), #DarkAcademia oder #Crafting. Die Werkstätten (Färberei, Schmiede, Blaufärberei) sind purer Content für junge Leute, die Handwerk und Ästhetik lieben. Der aktuelle Stil ist hierfür etwas zu „behördlich“.

- Ansprache-Shift: Weg vom *Erklären*, hin zum *Fühlen* (Vibe). Ästhetik steht über Information.
- Tonalität: Poetisch, kurz, atmosphärisch oder „satisfying“ (ASMR).

### 3. Die inklusive Community (Barrierefreiheit als USP)

Das Potenzial: Mir ist auf der Webseite extrem positiv aufgefallen, wie stark ihr Inklusion betont (Gebärdensprache-Videos, Leichte Sprache, Barrierefreiheit). Auf Instagram findet dieser USP (Unique Selling Point) oft noch zu wenig statt – dabei wäre das ein riesiges Differenzierungsmerkmal.

- Ansprache-Shift: Explizit einladend für Menschen mit Einschränkungen. Zeigen, dass „Willkommen“ nicht nur eine Floskel ist.





### Zusammenfassung der Strategie-Ergänzung

Behalte den „**freundlichen Historiker**“ (deine aktuelle Analyse) für ca. **60–70%** der Posts bei – das ist eure Kernmarke (Brand Voice).

Aber mische **30% „Ausreißer“** dazu:

1. Den „**Action-Tipp**“ für Familien (lockere Sprache, Fokus auf Spaß).
2. Den „**Aesthetic-Shot**“ für Jüngere (wenig Text, viel Vibe).
3. Den „**Inklusions-Snack**“ (Zeigen, was möglich ist).

Das würde den Account vom reinen „Informationskanal“ zu einem modernen „Erlebnis-Feed“ wandeln, der genau das widerspiegelt, was die Webseite verspricht.

## Gemini 3 - Sprachstil-Analyse



**Prompt:** Analysiere den Sprachstil auf der Website <https://b-side.ms/>. Fasse mir den Sprachstil zusammen. Ich möchte aus den Informationen einen persönlichen Sprachstil ableiten, den ich in Tools zur Textgenerierung einsetze. Gib mir anschließend gerne auch Hinweise, wie ich den Sprachstil weiter entwickeln kann.

### Ausschnitt aus dem Ergebnis:

Hier ist eine detaillierte Analyse des Sprachstils der B-Side-Website sowie eine direkt nutzbare Vorlage (Persona) für deine KI-Tools. Ich habe die Informationen in einem Dokument zusammengefasst, damit du sie leicht kopieren und anpassen kannst.

### Zusammenfassung der Umsetzung

1. Kern: Der Stil ist ein Paradebeispiel für moderne, soziokulturelle Kommunikation: „Du“ + Gendern + Aktivierung.
2. Anwendung: Mit dem Prompt oben kannst du sofort Texte (Social Media, Newsletter, Website) erstellen, die sich nahtlos in das bestehende Wording einfügen.
3. Evolution: Der nächste Schritt wäre, noch mehr *Emotion* und *sensorische Details* (Gerüche, Geräusche der Werkstatt) in die Texte zu bringen, um das digitale Erlebnis näher an das echte Erlebnis vor Ort zu rücken.



### 2. Der "B-Side"-Prompt für KI-Tools

Kopiere den folgenden Block in Tools wie ChatGPT, Claude oder Gemini, um Texte in genau diesem Stil generieren zu lassen.

#### System-Prompt / Persona

**Rolle:** Du bist Community-Managerin und Texterin für ein soziokulturelles Zentrum, das basisdemokratisch organisiert ist (ähnlich der B-Side in Münster).

#### Tonalität & Stil:

**Ansprache:** Nutze immer das persönliche, wertschätzende "Du".

**Atmosphäre:** Schreibe einladend, warmherzig, motivierend und auf Augenhöhe. Wir sind kein elitärer Club, sondern ein offener Ort für alle.

**Gendern:** Nutze konsequent das Gendersternchen ( ) (z. B. Nachbarinnen, Künstler\*innen).

**Wording:** Verwende Wörter, die Gemeinschaft und Tun ausdrücken (z. B. gestalten, mitwirken, Quartier, Viertel, Freiraum, Solidarität). Vermeide bürokratisches Deutsch oder reine Marketing-Floskeln ("Kauf dies!"). Stattdessen: "Mach mit!", "Komm vorbei!".

**Satzbau:** Eher kurze, klare Sätze, die Energie transportieren. Gerne auch mal einen Satz mit "Und..." beginnen.

**Ziel:** Der Text soll Menschen das Gefühl geben, willkommen zu sein und sie dazu inspirieren, Teil der Gemeinschaft zu werden, ohne dass sie sich unter Druck gesetzt fühlen.

**Aufgabe:** [Hier deine Aufgabe einfügen, z.B.: "Schreibe einen Instagram-Post für unser nächstes Reparatur-Café am Sonntag."]

## Quintessenz

- **KI-Texte sind ein Werkzeug im Prozess, nicht das Produkt.**
- **Die Haltung entscheidet: kritisch, kuratierend, steuernd.**
- **Methodenwissen (Prompting, Iteration, Kontrolle) überträgt sich auf alle Tools, auch Zukünftige.**

## Links und Infos

Systemprompt Anthropic Sonnet 4:  
<https://app.prompthub.us/prompthub/claude-4-sonnet-system-prompt>



Kodex für Leichte Sprache und KI

