maz

KI in der Kommunikation: professionell, sicher und wirkungsvoll

NPRG- Weiterbildung / SAQ- Zertifizierung, 19. Oktober 2026

Reto Vogt · CPO & KI-Dozent, MAZ · freier Journalist



CPO & KI-Dozent am MAZ
Freischaffender Tech-Journalist

Zuvor:
Chefredaktor inside-it.ch
Migros-Magazin
PCtipp/Computerworld

“Wer heute keine KI nutzt, verliert Tempo – wer sie unreflektiert nutzt, verliert Vertrauen.”

maz

Was haben wir heute vor?

- Verstehen: Was KI kann – und wo sie scheitert
- Anwenden: Prompting, Textarbeit und Sparring
- Systematisieren: Projekte, Wissensbasis und agentischer Einsatz
- Absichern: Qualität, Datenschutz und Verantwortung
- Transfer: eigene Kommunikationsaufgaben


LLM
Next-Token-Prediction
0,5%
Berlin
München



- Die „Ergebnisse“ einer KI haben mit Sprache nichts zu tun, sondern mit Statistik bzw. Zahlen.
- Jede KI ist nur so gut, wie die Daten, mit denen sie trainiert worden ist.
- KIs sind keine Suchmaschinen und kein Denkersatz.
- Sondern: Tools wie Word & Photoshop.

European Broadcasting Union

- 45 % aller Antworten enthielten mindestens einen gravierenden Fehler
- 31 % litten unter fehlenden oder falschen Quellenangaben
- 20 % wiesen inhaltliche Fehler auf – etwa erfundene Details oder veraltete Informationen
- Besonders schlecht schnitt Gemini ab: In 72 % der Fälle lagen schwerwiegende Mängel bei den Quellen vor

Quelle: Link

BBC

- 51 % aller KI-Antworten auf Fragen zu Nachrichten wurden als in irgendeiner Form problematisch eingestuft.
- 19 % der KI-Antworten, die sich auf BBC-Inhalte bezogen, enthielten sachliche Fehler – falsche Tatsachenaussagen, Zahlen und Daten.
- 13 % der Zitate aus BBC-Artikeln waren entweder verändert oder kamen in dem Artikel gar nicht vor.

Quelle: Link

Daten- und Quellenschutz

- Eingaben in KI = Öffentlich
- Quellenschutz ist gefährdet
- Recherchen sind gefährdet

Deshalb: Keine schützenswerten/personenbezogenen Daten in die KI

- Namen anonymsieren/pseudonomyisieren
- Sensitive Informationen nicht mit KI verarbeiten

Alternative für Investigatives: z.B. jan.ai

Allgemeiner Kontext

20250502_71160_Brief.pdf
PDF

Um was für ein DOkument handelt es sich hier?

Wie ist der name der schuldnerin?

Die Schuldnerin im Dokument ist:

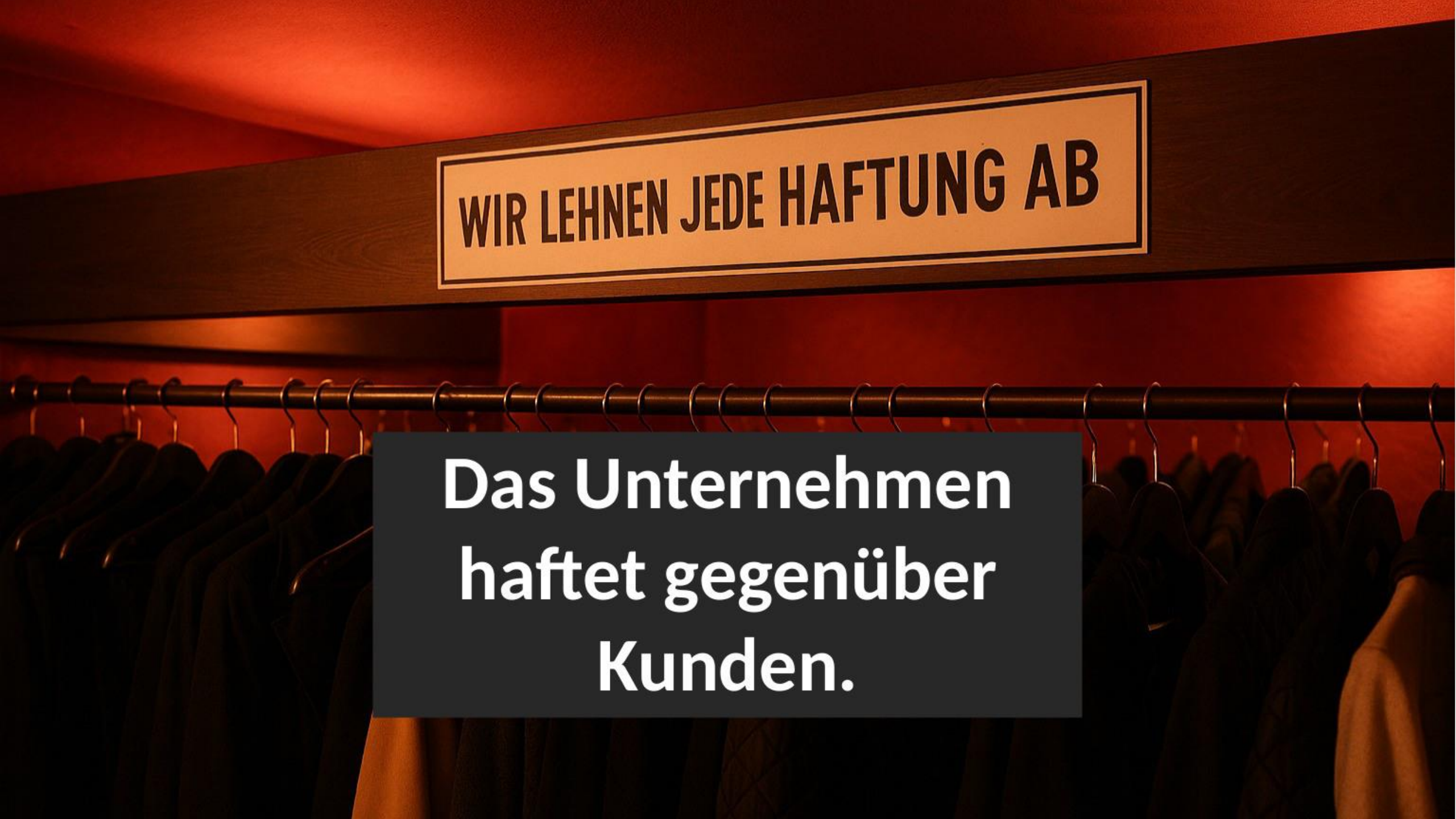
Y[redacted]
S[redacted]
8[redacted]

Diese Angaben stammen direkt aus dem hochgeladenen PDF „20250502_71160_Brief.pdf". Wenn du weitere Informationen zur Person oder zur Betreibung benötigst, gib mir bitte Bescheid – z. B. für das Verfassen eines Schreibens, das Einlegen eines Rechtsvorschlags oder das Prüfen auf öffentliche Betreibungsregister.

- **Gläubigerin:** Zalando SE, Berlin
- **Vertreterin:** Intrum AG, Schwerzenbach
- **Schuldnerin:** [Name wurde entfernt], wohnhaft in Zürich

- Der soziale Rückzug, Isolation und Schamgefühle werden wiederholt erwähnt.


KI kann keine
Verantwortung
übernehmen



Das Unternehmen haftet gegenüber Kunden.


VS
FREE

Wen gibt‘s?

Anbieter	Wichtigstes Modell	Herkunftsland
OpenAI	ChatGPT	USA
Google	Gemini	USA
Anthropic	Claude	USA
Meta	LLaMA	USA
Mistral AI	Mistral Large	Frankreich
DeepSeek	DeepSeek	China
xAI	Grok	USA
ETH/EPFL	Apertus	Schweiz

Gemeinsam-keiten

Textverständnis & Logik: Sowohl Gratis- als auch Bezahlversionen zeigen starke logische Schlussfolgerungen und können komplexe Fragen bearbeiten.

Kontext: Die Fähigkeit, den Kontext eines Gesprächs über mehrere Nachrichten hinweg zu behalten, ist ein Grundmerkmal beider Varianten.

Filter: Beide Versionen nutzen dieselben "Safety Filter", um den Missbrauch der KI (z. B. für illegale Inhalte oder Hassrede) zu verhindern.

Fehlerrisiko: Das Phänomen der "Halluzinationen" (das Erfinden von Fakten) tritt in beiden Versionen auf. Auch Bezahlmodelle sind nicht davor gefeit und müssen faktisch geprüft werden.

Unterschiede

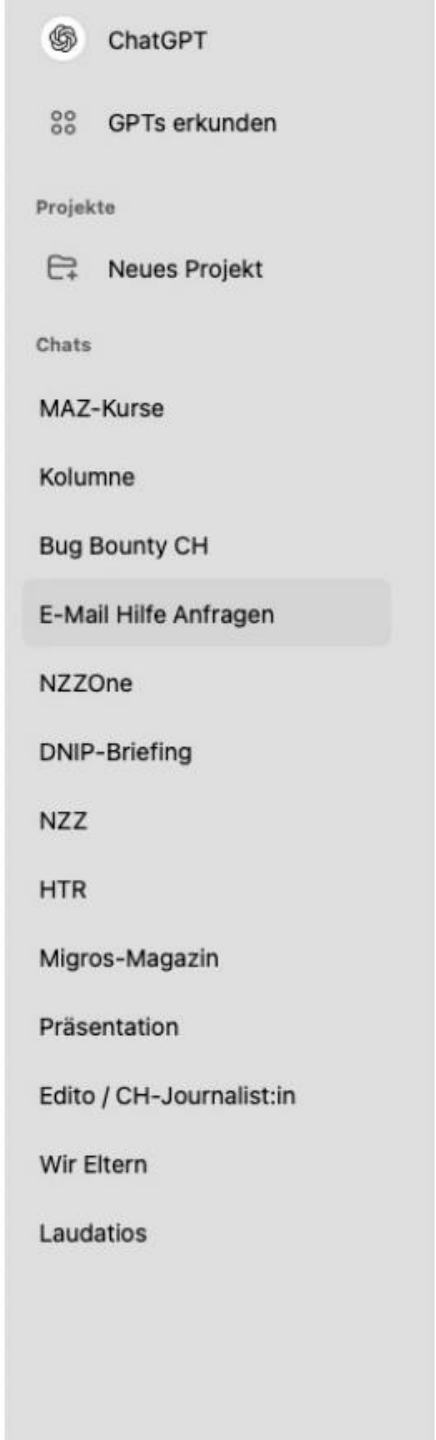
Gratis-Nutzung	Kostenpflichtige Nutzung (Plus/Pro/Team)
Oft Zugriff auf schnellere, aber weniger intelligente Modelle	Zugriff auf die leistungsfähigsten Modelle.
Starke Einschränkungen bei der Anzahl der Nachrichten pro Stunde; oft Wartezeiten bei hoher Auslastung.	Deutlich höhere Limits (oft 5x bis 10x mehr) und priorisierter Zugriff ohne Wartezeiten.
Basis-Chat, einfache Dateianalyse, eingeschränkte Websuche.	Erweiterte Datenanalyse, Bildgenerierung, KI-Agenten, Deep Research etc.
Wissensstand kann älter sein; Websuche ist teilweise limitiert oder gar nicht vorhanden.	Live-Webzugriff für Echtzeit-Recherche und Zugriff auf neueste Beta-Funktionen vor allen anderen.

maz

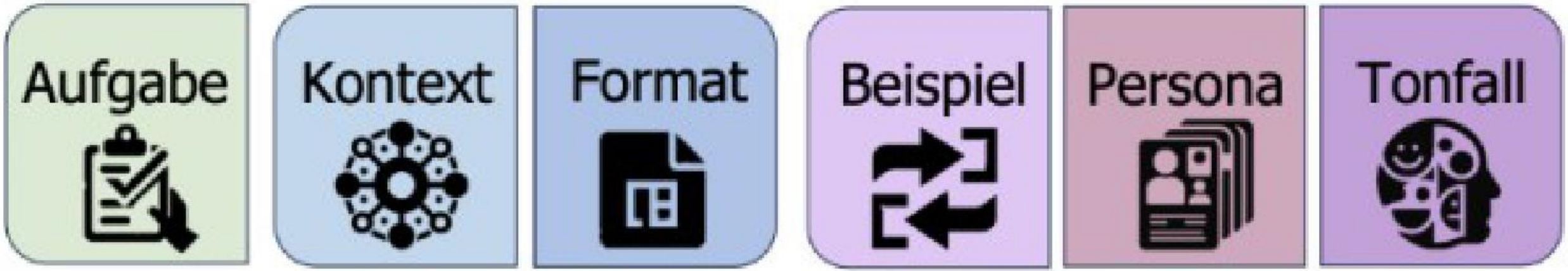
Anwenden: Prompting, Textarbeit und Sparring

Prompten in der Praxis

- Beim gleichen Thema in der gleichen Konversation bleiben
- Viel Kontext und deine Überlegungen mitgeben
- Erklären, klare Aufträge formulieren
- Fragen, was die KI noch von dir braucht
- Schritt für Schritt zum Ziel



Was gehört in einen Prompt?



Was genau will ich erreichen?

Um was geht's?

Wie will ich meine Ausgabe haben?

Ctrl+C → Ctrl+V

Wer soll antworten?

Welche Emotionen will ich?

Versetze dich in die Rolle eines Kommunikationsprofis, der Swisslife arbeitet. Das ist ein Finanz- und Versicherungskonzern. Deine Aufgabe: Gib mir Feedback zu einer Medienmitteilung. Ziel ist, dass diese für Journalistinnen und Journalisten interessant ist.

Das musst du zum Thema wissen: Es geht um den Rücktritt von Philomena Colatrella aus dem Verwaltungsrat.

Beurteile den Text kritisch im Hinblick auf Klarheit, Verständlichkeit, Fachjargon und Lesefluss.
Schlage mir mögliche Verbesserungen vor, damit Journalistinnen und Journalisten die Medienmitteilung eher berücksichtigen. Begründe die Vorschläge.
Präsentiere mir das Resultat mit maximal 10 Bulletpoints.
Achte auf eine sachlich-informative, aber leicht zugängliche Sprache.

Versetze dich in die Rolle eines Journalisten oder einer Journalistin, der/die bei einer Wirtschaftszeitung arbeitet. Deine Aufgabe: Stelle kritische Nachfragen zu einer Medienmitteilung. Mein Ziel ist es, mögliche Informationslücken und potenzielle Kritikpunkte sichtbar zu machen.

Das musst du zum Thema wissen: Es geht um den Rücktritt von Philomena Colatrella aus dem Verwaltungsrat von Swisslife.

Analysiere den Text und leite daraus kritische, präzise und relevante Nachfragen ab. Achte insbesondere auf Aspekte wie fehlende Informationen, unklare Aussagen, mögliche Widersprüche, Governance-Themen und Nachrichtenwert.

Präsentiere mir die Resultate in Form von maximal 10 prägnanten Fragen.
Achte auf eine sachlich-informative, aber leicht zugängliche Sprache.

Dann: Nachfragen

- Erstelle einen Entwurf für eine bessere Medienmitteilung
- Erstelle ein internes Briefing, um bei Fragen schneller reagieren zu können
- Etc.

Mögliche Usecases

1. Vorschläge für Titel / Lead / Zwischentitel
Prägnante Headlines für Medienmitteilungen (z. B. «Verwaltungsrätin tritt per sofort zurück» vs. «Personelle Veränderung im Verwaltungsrat»)
Unterschiedliche Tonalitäten: faktenorientiert, defensiv, proaktiv
Zuspitzung für höhere Medienresonanz

2. Werberische Texte / PR
Positiv formulierte Einbettung von personellen Veränderungen («geordnet», «planvoll», «strategisch»)
Employer-Branding-Spin (Attraktivität von VR-Mandaten)
Imagepflege gegenüber Investoren und Öffentlichkeit

3. Feedback zum eigenen Text (z. B. Medienmitteilung)
Identifikation von kritischen Lücken (z. B. fehlende Begründung für Rücktritt)
Einschätzung aus Journalistensicht («Wo hakt die Story?»)
Risikoanalyse: Was könnte negativ interpretiert werden?

4. Personas definieren

Journalist:innen (Wirtschaft, Politik, Branche)
Investor Relations Analyst:innen
Interne Zielgruppen (Mitarbeitende, Management)
Kritische Stakeholder (Aktionärsvertretungen, Governance-Experten)

5. Varianten für Formulierungen

«Per sofort» vs. «mit sofortiger Wirkung» vs. «kurzfristig»
Transparenz vs. Zurückhaltung bei Begründungen
Unterschiedliche Offenheitsgrade je nach Kanal (Medienmitteilung vs. Q&A)

6. Flüssigere Übergänge

Klare Struktur in kurzen Mitteilungen
Logische Führung: Entscheidung → Einordnung → Ausblick
Vermeidung von abrupten Themenwechseln (z. B. Rücktritt → Neuwahlen)

7. Treffendere, präzisere Sätze

Vermeidung von Standardfloskeln («mit grossem Engagement»)
Klare Fakten statt vager Aussagen
Stärkere Differenzierung gegenüber üblichen PR-Phrasen

8. Interviewfragen vorbereiten

Kritische Medienfragen antizipieren (Governance, Gründe, Konflikte)
Antworten in abgestufter Tiefe (On-the-record vs. Hintergrund)
Vorbereitung von Kernbotschaften (Message House)

9. Themen / Aufhänger finden

Einordnung des Rücktritts in grössere Trends:

- Wechsel in der Versicherungsbranche
- Corporate Governance
- Frauen in Führungspositionen

Proaktive Storylines statt reaktiver Kommunikation

10. Neue / andere Perspektiven finden
Sicht von Investoren («Was bedeutet das für Stabilität?»)
Sicht der Aufsichtsgremien («Governance-Fragen»)
Wettbewerber-Perspektive («Abgang Richtung Konkurrenz»)

11. Form des Textes ändern (z. B. Lauftext → Q&A)
Erstellung eines internen und externen Q&A-Dokuments
Aufbereitung für Medienbriefings
Anpassung für verschiedene Kanäle (Website, Medien, Social Media)

12. Vorschläge für Social-Media-Postings
LinkedIn-Post mit kontrollierter Botschaft
Kürzere, zugespitzte Version der Mitteilung
Tonalität: sachlich, wertschätzend, ohne Interpretationsspielraum

maz

Übung 1: Einen realen Text mit KI bearbeiten

20 Minuten

- Nimm einen eigenen Text oder eine konkrete Kommunikationsaufgabe.
- Lass die KI zuerst analysieren und kritisieren – nicht sofort neu schreiben.
- Wechsle die Perspektive: Publikum, Journalist, kritischer Stakeholder.
- Verbessere das Ergebnis schrittweise in derselben Konversation.
- Halte fest: Was hat funktioniert, was musstest du selbst entscheiden?

maz

Pause

10 Minuten

maz

Vom Prompt zum wiederverwendbaren System

Muss ich der KI das jedes Mal wieder erklären?

maz

Wann reicht ein normaler Chat?

Chat = einmal arbeiten

Einmalige Aufgabe oder Fragestellung

Kontext ist nur für diese Arbeit relevant

Keine feste Arbeitsweise nötig

Beispiel: «Gib mir Feedback zu dieser Medienmitteilung.»

maz

Projekt oder Assistent?

Projekt = Die KI kennt den Fall.

Arbeitsraum für ein Thema, einen Kunden oder ein Vorhaben

Chats, Dateien und Anweisungen bleiben zusammen

Geeignet für laufende Arbeit mit wiederkehrendem Kontext

Beispiel: «Alles zur Kommunikation von Kunde X»

Assistent = Die KI kennt den Job.

Spezialisierter Assistent für eine wiederkehrende Aufgabe

Feste Anweisungen und Wissen definieren sein Verhalten

Geeignet für standardisierte Abläufe und Qualitätskriterien

Beispiel: «Prüfe jede Medienmitteilung nach diesen Kriterien»

maz

Zwei Kommunikationsbeispiele

Projekt: «Kunde X»

Strategie und Sprachregelungen hinterlegen

Bisherige Medienmitteilungen und Hintergrundmaterial sammeln

Medienmitteilung, Q&A, Interview und Kampagne im selben Kontext bearbeiten

Assistent: «Medienmitteilungs-Checker»

Immer derselbe Prüfauftrag

Nachrichtenwert, Verständlichkeit und Floskeln prüfen

Informationslücken und kritische Rückfragen identifizieren

Heute Kunde A, morgen Kunde B

maz

Was nehme ich wann?

Nicht alles muss ein Assistent werden.

Einmalige Aufgabe → Chat

Wiederkehrender Kontext → Projekt

Wiederkehrende Aufgabe → Assistent

Wiederkehrender Kontext + wiederkehrende Aufgabe → Projekt oder Assistent (hängt vom Fokus ab)

maz

Wie heisst das bei den vier grossen Anbietern?*

Tool	Arbeitsraum / Projekt	Assistent
ChatGPT	Projekte	Plugins und Skills (bisher: Custom GPTs)
Microsoft Copilot	Copilot Notebooks / Notizbücher	Agents
Google Gemini	Notebook	Skills / Gems
Claude	Projects	Skills

*Die Funktionen sind abhängig von der Lizenz

maz

Und was ist mit Agents?

Beispiel: Agent «Meine Inbox im Griff»

Der Agent

- greift selbstständig auf meine Mails zu
- erkennt neue und relevante Nachrichten
- priorisiert nach Wichtigkeit und Dringlichkeit
- identifiziert To-dos und Termine
- fasst längere Threads zusammen
- erstellt bei Bedarf Antwortentwürfe
- bezieht weitere verbundene Systeme ein

Der Unterschied

Die KI erhält nicht für jeden Schritt einen neuen Prompt. Sie plant und orchestriert mehrere Schritte und nutzt dafür bei Bedarf Tools.

maz

Agentische Arbeitsmodi

Drei Beispiele für allgemeine Agenten, die komplexe Aufgaben über mehrere Schritte bearbeite

OpenAI
ChatGPT Work
plant und erledigt komplexe Aufgaben über Web, Dateien und verbundene Apps

Anthropic
Claude Cowork
arbeitet selbstständig mit Dateien, Apps und Browser

Google
Gemini Spark
persönlicher Agent für mehrstufige Workflows und Aktionen*

* Gemini Spark ist derzeit in der Schweiz nicht verfügbar.

maz

Übung 2: Projekt oder Assistent erstellen

20 Minuten

- Wähle eine reale, wiederkehrende Aufgabe aus deinem Kommunikationsalltag.
- Entscheide: Projekt oder Assistent und begründe die Wahl.
- Definiere Kontext, Auftrag, Qualitätskriterien und gewünschtes Resultat.
- Baue einen ersten Prototyp und teste ihn mit einem echten Beispiel.
- Prüfe: Was kann standardisiert werden – und wo braucht es weiterhin einen Menschen?

maz

Vom Raten zum Wissen

Was, wenn die KI nicht aus ihrem Trainingswissen antworten soll sondern aufgrund unserer eigenen Informationen?

→ Retrieval-Augmented Generation (RAG)

maz

Was ist RAG?

Ohne RAG

Frage

↓

Sprachmodell

↓

Antwort

Mit RAG

Frage

↓

relevante Informationen aus eigenen Quellen

↓

Sprachmodell + Quellen

↓

Antwort

RAG trainiert das Modell nicht neu. Es gibt ihm für die konkrete Aufgabe relevante Informationen mit.

maz

RAG in der Kommunikation

Medienarbeit	Geschäftsbericht + Strategie + Medienmitteilungen → Briefing / Q&A
Interne Kommunikation	Reglemente + Weisungen + HR-Unterlagen → Mitarbeitendenfragen
Krisenkommunikation	Factsheet + Sprachregelungen + Statements → konsistente Antworten
Interviewvorbereitung	Dossiers + Zahlen + frühere Aussagen → kritische Fragen
Corporate Publishing	Studien + interne Dokumente + Interviews → faktenbasierte Entwürfe

maz

Quelle drin ≠ Antwort richtig

RAG reduziert Halluzinationen und Wissenslücken. Es beseitigt sie nicht.

Sind die hinterlegten Quellen korrekt und aktuell?

Wurde für die Frage die richtige Passage gefunden?

Interpretiert das Modell die Quelle korrekt?

Vermischt es Quellen mit eigenem Modellwissen?

Kann ich nachvollziehen, worauf sich eine Aussage stützt?

Welche Blindspots gibt es?

Angepinnt

Swiss Life Betriebsre...
13.06.2026 · 2 Quellen

Apertus
11.03.2026 · 10 Quellen

Algorithms of Anger:...
23.01.2026 · 4 Quellen

Winterthur Municipa...
18.05.2026 · 4 Quellen

Switzerland National...
29.05.2026 · 4 Quellen

AI Adoption in Swiss ...
23.09.2025 · 2 Quellen

Apertus

The Century of Merl...
12.08.2026 · 1 Quelle

CI/CD Stadt Züri
16.03.2026 · 5 Quellen

Empfohlene Notebooks

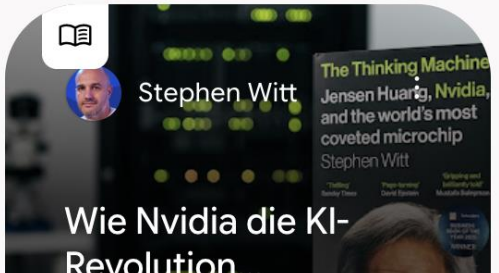
Alle ansehen









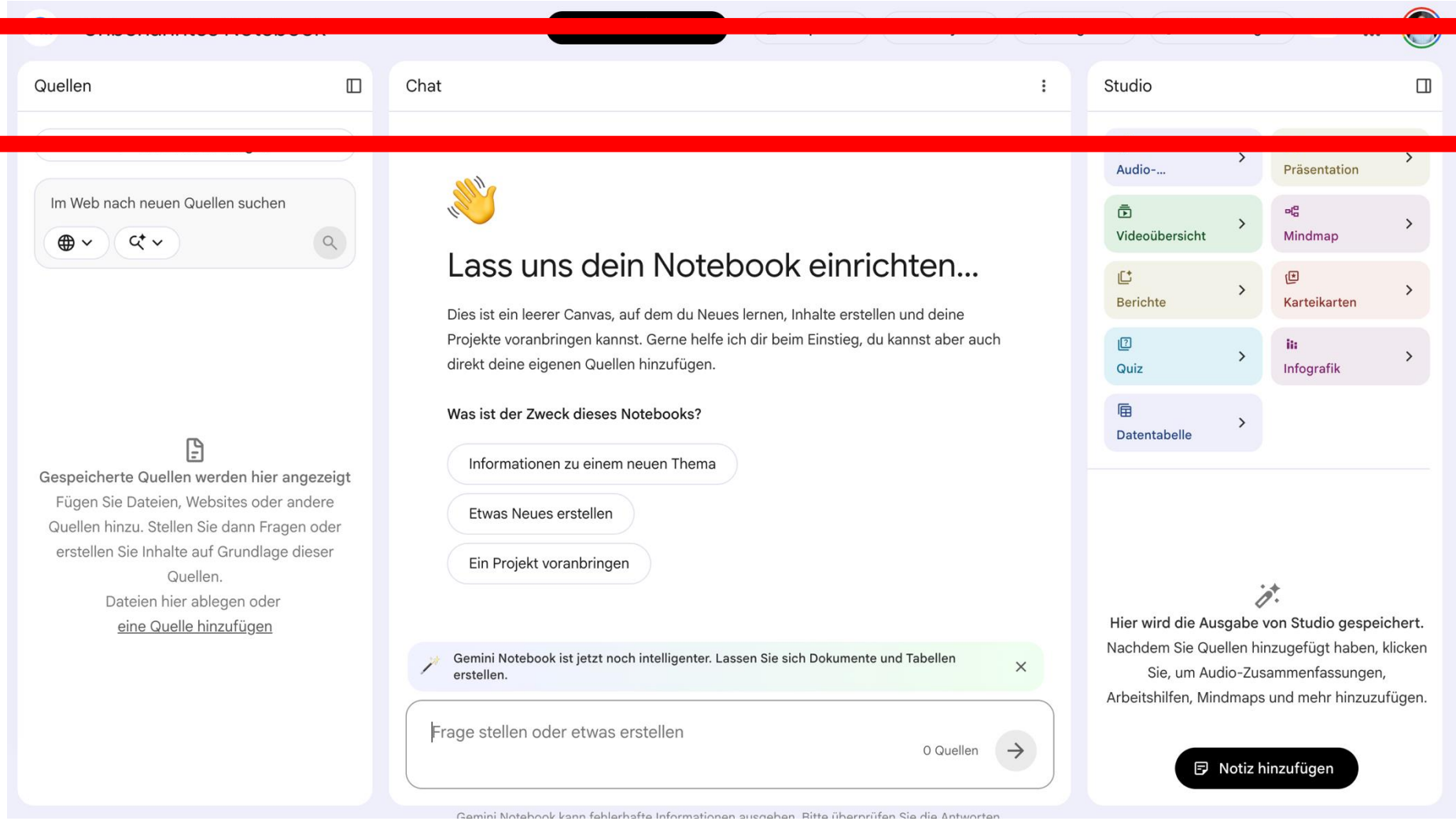


Was brauchts dafür? Google Account:

	Standard	Plus	Pro	Ultra
Preis / Monat	**CHF 0**	**CHF 10**	**CHF 17 / 50***	**CHF 100**
Speicher	–	–	5 / 50 TB*	20 TB
→ Notebooks	**100**	**200**	**500**	**500**
→ Quellen / Notebook	**50**	**100**	**300**	**500**
→ Chats / Tag	**50**	**200**	**500**	**2500**
Audio Overviews / Tag	3	6	20	100
Video Overviews / Tag	3	6	20	100
Infografiken	limitiert	höhere Limits	hohe Limits	höhere Limits
Präsentationen	limitiert	höhere Limits	hohe Limits	höhere Limits
Gemini-Modelle	Standard	Standard	höherer Zugriff	höchster Zugriff
Neue Features	Standard	früher	Priorität	Priorität
Wasserzeichen entfernen	Nein	Nein	Nein	Ja

Quelle

3-geteilter Aufbau



maz

Übung 3: Eigener Kommunikationsfall

20 Minuten

- Prozess zerlegen: Welche einzelnen Arbeitsschritte gibt es?
- Quellen klären: Welche Informationen braucht die KI? Braucht es ein RAG?
- Form wählen: Chat, Projekt, Assistent oder Agent?
- Umsetzen: Mindestens einen Teil konkret mit KI bearbeiten.
- Kontrollieren: Wo muss ein Mensch prüfen, entscheiden oder freigeben?

maz

Was verkauft eine Kommunikationsagentur künftig?

Wenn KI zwei Stunden Arbeit auf 20 Minuten reduziert: Was ist die Leistung?

Zeit, Output, Expertise, Verantwortung – oder Wirkung?

Welche Aufgaben werden günstiger, welche wertvoller?

Kurze Abschlussdiskussion

maz

Nicht mehr Zeit, sondern Wirkung?

Das klassische Modell
Aufwand × Stundensatz
=
Honorar

Das KI-Problem
Dieselbe Leistung braucht
statt vier Stunden
vielleicht noch eine.

Bezahlt der Kunde für unseren Aufwand oder für das Ergebnis?

maz

Was wird weniger wertvoll – was wertvoller?

KI macht günstiger

- erste Entwürfe
- Varianten
- Zusammenfassungen
- Standardtexte
- Recherchevorbereitung
- Routineproduktion

Menschen machen wertvoller

- Urteilskraft
- strategische Beratung
- Kontextverständnis
- Originalität
- Verantwortung
- Beziehungen und Vertrauen

Produktion wird billiger. Urteilskraft nicht.

maz

Was verkauft eine Agentur dann?

Nicht mehr primär:
«Wir produzieren für euch 20 Texte.»

Sondern zunehmend:
«Wir lösen euer Kommunikationsproblem.»

Strategie	Was sollen wir überhaupt kommunizieren?
Orchestrierung	Welche Kombination aus Mensch, KI, Daten und Tools ist sinnvoll?
Qualität	Was ist richtig, relevant und gut genug?
Verantwortung	Wofür können wir gegenüber dem Kunden geradestehen?

maz

KI kann keine Verantwortung übernehmen.

**Je stärker KI in einen Kommunikationsprozess eingebaut wird,
desto klarer muss sein: Wer prüft? Wer entscheidet? Wer gibt frei?**

maz

Was gebe ich der KI?

Nicht jede Information gehört in jedes KI-System.

Öffentlich
Publizierte Informationen
Webseiten
Medienmitteilungen

Prüfen
Interne Dokumente
Noch nicht publizierte Inhalte
Interne Strategien

Kritisch
Personendaten
Vertrauliche Informationen
Geschäftsgeheimnisse

maz

Muss ich sagen, dass KI beteiligt war?

Nicht jeder KI-Einsatz ist gleich publikumsrelevant.

KI als Werkzeug	Recherche, Sparring, Redigieren
KI erzeugt publizierten Inhalt	Text, Bild, Audio, Video
KI trifft relevante Entscheidungen	andere Dimension: besonders hohe Anforderungen

Entscheidend: intern müssen Verantwortlichkeiten und Grenzen klar sein.

maz

Fünf Regeln für KI in der Kommunikation

**Nicht möglichst viel mit KI machen, sondern dort,
wo die Arbeit tatsächlich besser oder effizienter wird.**

1. Mit dem Problem beginnen, nicht mit dem Tool.
2. Kontext und Auftrag präzise machen.
3. KI als Sparringpartner nutzen, nicht nur als Textmaschine.
4. Wiederkehrende Arbeit systematisieren.
5. Verantwortung und Kontrolle beim Menschen lassen.


Über KI reden, ist zentral. Learnings, Do’s und Don’ts.


Risikobewusstsein schärft den Blick für Chancen
AI



Vielen Dank!

Fragen?

Kontakt:

079 / 699 82 17
reto.vogt@maz.ch

maz

Institut für
Journalismus und
Kommunikation