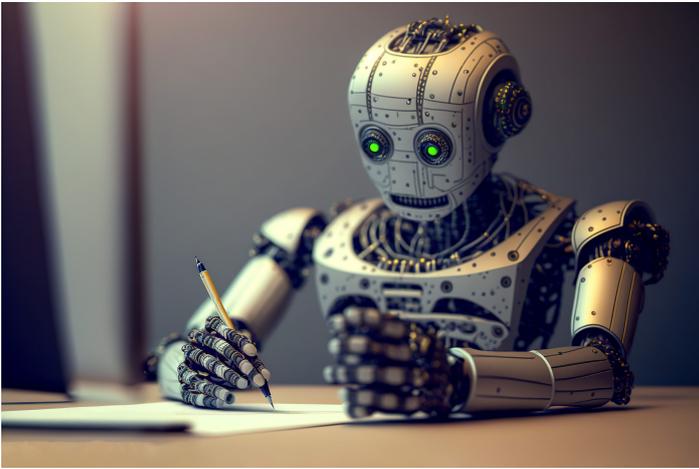


STORYTELLING MIT KI – CHANCE ODER RISIKO?



Veröffentlicht am 20. September 2023 von Sabrina

Künstliche Intelligenz kann Dich im Content Marketing unterstützen. Wie Du KI für Webseite Storytelling nutzt, erfährst Du hier. Mit Beispielen von ChatGPT.

Wir aus dem **Content-Marketing** sind dankbar für jedes Tool, das uns hilft, unsere Prozesse und Inhalte zu optimieren – das lässt uns mehr Raum für Kreativität. **Künstliche Intelligenz** scheint dabei ideal. Bereits jetzt wird sie häufig bei der Erstellung von Textinhalten zurate gezogen, zum Beispiel bei Social Media-Postings oder bei der Keyword-Optimierung von SEO-Texten.

„Willkommen bei [Firmenname]“, schreibt **ChatGPT** für eine Unternehmens-Startseite – die KI ist stets höflich und etwas rührselig, wenn ich sie um werbliche Texte bitte. „Willkommen bei ...“ ist aus Marketingsicht allerdings sowas von out – die Zielgruppe fängt man heute mit **klaren USPs** und **packendem Storytelling**.

Doch kann eine KI wie ChatGPT beim Storytelling nicht auch helfen? Wir zeigen Dir, ob und wie Du KI-Tools für Dein Website-Storytelling verwenden solltest und wo die **Risiken** liegen.

Außerdem darfst Du Dich auf **echte Beispiele** freuen: im Dialog mit unserem inoffiziellen Stargast – ChatGPT-3.5!



Ich bin ChatGPT, Dein virtueller Assistent, bereit, Dir bei allen Fragen und Anliegen zu helfen!

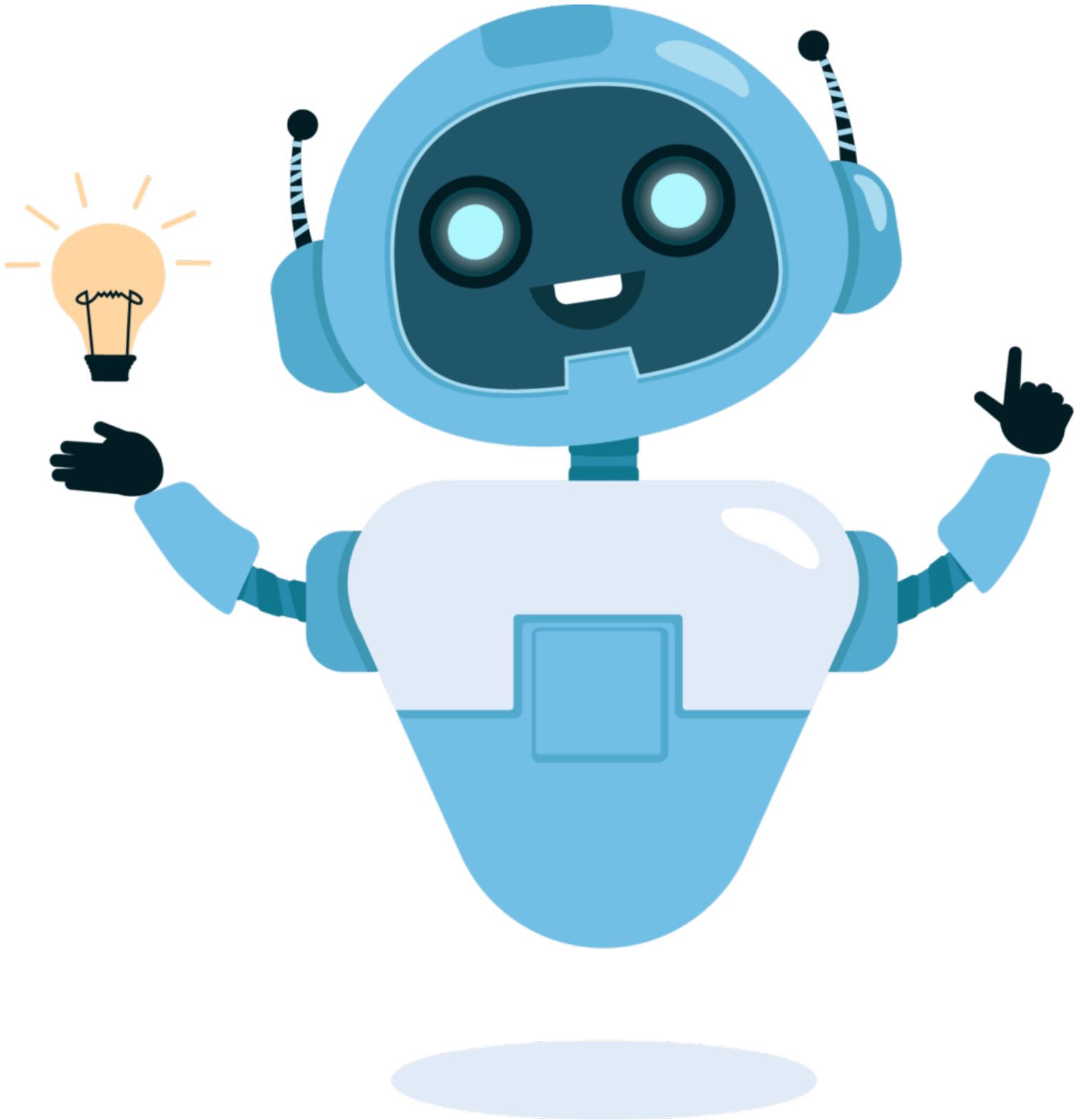
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM ONLINE-MARKETING UND IHRE GRENZEN

Ob Schachcomputer, selbstfahrende Fahrzeuge, Dein Instagram-Feed oder die Texterstellung-KI Deines Vertrauens – aktuelle Anwendungen von künstlicher Intelligenz basieren heute auf sogenanntem **Machine Learning**. Was KI für Dich im Marketing leisten kann, wird durch die Grenzen und Möglichkeiten des Machine Learnings bestimmt.

Definition Machine Learning (Maschinelles Lernen): Bei dieser KI-Spielart werden Computer mit Daten gefüttert. Darauf basierend erkennt die KI Muster, bildet Strukturen sowie Taxonomien und nutzt diese für Analyse, Optimierungen und Vorhersagen. Je komplexer die KI-Architektur ist – heute meistens mehrschichtige „tiefe“ neuronale Netze (Deep Learning) – und je größer die Verarbeitungskapazität ist, desto besser kann diese KI lernen und wie gewünscht performen.

Generative KIs wie ChatGPT, Copy AI, Chatbots, Artbreeder und Canva sind darauf ausgelegt, neue Inhalte nach Deinen Vorgaben zu erstellen. Diese KIs sprechen mit uns, generieren Bild- oder Textinhalte und fassen uns komplexe Themen zusammen.

Das macht sie zu **idealen Marketinginstrumenten**. Bereits 2022 nutzen **4 von 5 Unternehmen künstliche Intelligenz im Marketing**, mittlerweile kommt man eigentlich gar nicht mehr um die Nutzung von KI-Tools herum. Sie helfen uns im Kundensupport, in der Marktforschung, beim Branding, Brainstorming und bei der Erstellung verschiedenster Textformate, vom Social Media Posting bis hin zum Blogartikel.



Generative KI kann sich für Storytelling im Marketing eignen, indem sie automatisch kreative Inhalte und personalisierte Geschichten erstellt, um Zielgruppen anzusprechen und zu engagieren.

Doch so komplex diese KIs sind, ist es dabei wichtig zu verstehen, dass deren Performance ganz klar abhängig ist von:

- den **Daten**, mit denen die KI gelernt hat, also womit und mit wie viel Material sie gefüttert wurde
- der **Power**, die dahinter steckt, also **Architektur** und **Verarbeitungskapazität** der KI
- Deinem eigenen **Input** – und wie die KI diesen interpretiert

Wenn Du mit KIs im Marketing arbeitest, solltest Du Dir dieser **Grenzen von KI** stets bewusst sein: Falschaussagen, Missinterpretationen, Generalisierungen und unzureichende Ergebnisse sind zu erwarten.

Was bedeuten diese Erkenntnisse für **Storytelling im Marketing**? Hier geht es schließlich nicht nur um reine Texterstellung, sondern auch darum, **Emotionen** bei der Zielgruppe zu wecken und eine **einzigartige Erzählung** zu schaffen.

WAS BEDEUTET STORYTELLING IM MARKETING?

Um ermessen zu können, ob Storytelling mittels KI möglich ist, sollten wir erst einmal definieren, was Storytelling im Marketing überhaupt bedeutet.

Unser menschliches Gehirn ist darauf ausgelegt, **in Geschichten zu denken**. Klassisches Storytelling beschäftigt sich damit, wie man eine Geschichte fesselnd erzählt und identifiziert dabei Erzählmuster und -rollen, wie in der **klassischen Heldenreise**. Anhand dieser lässt sich ein Plot gestalten, der Leser emotional involviert und bis zum Ende mitfiebern lässt.

Diese Geschichtenmuster werden nun im Online-Marketing verwendet. Bei der Erstellung von Produkttexten, Landingpages und Homepages soll ein **Erzählmuster eine gezielte Interaktion herrufen**, wie z.B. einen Kauf, einen Download, eine Dienstleistung etc.

Bestenfalls identifiziert sich der Leser Deiner (Marketing-)Geschichte dabei als Held Deiner Erzählung und behält Dich nachhaltig im Gedächtnis.

Ein erfolgreiches Beispiel für effektives Webseite-Storytelling ist das **Blockbuster-Storyscript** von

Christiani Storymarketing. Unter dem Motto „Verdichte Deine Kommunikation zu einer Botschaft in einer spannenden Geschichte“ wird ein in Bausteine gegliederter Aufbau für eine Landingpage vorgeschlagen. Das Ziel: aus reiner Marken-Kommunikation eine Botschaft machen. Verständlichkeit, Klarheit und ausgearbeiteter USP werden hier mit dem bewährten Heldenreise-Schema zu einem Erfolgsrezept kombiniert.

Du möchtest mehr über Storytelling im Marketing wissen? Wir erklären Dir [hier](#), wie Du Deine werbliche Story in 5 Schritten erzählst.

KANN KI STORIES FÜR WEBSEITEN PLOTTEN?

Von einer KI zu erwarten „mal schnell ein Storyscript nach Christiani zu schreiben“ ist nicht zielführend. Selbst wenn ein Storytelling-Script mit Textbausteinen und Rollen arbeitet, ist dieses sehr vielschichtig, recherchéintensiv und muss zudem auch noch Originalität vorweisen: Das bietet gleich **mehrere Fehlerquellen für KI auf einmal**.

Generative KI wie ChatGPT kann Dir jedoch **bei einzelnen Tasks helfen** und mit Dir zusammen im Dialog den richtigen Storytelling-Ansatz für Dich finden:

- **Zielgruppe identifizieren:** Um die richtigen Kunden anzusprechen, benötigst Du ein klares Verständnis für Deine Zielgruppe.
 - **Das kann KI:** Informationen über die Zielgruppe sammeln, z.B. Demographie, aber auch anhand ihrer Daten ermitteln, was die Zielgruppe konsumiert und was ihr wichtig ist.
 - **Das kann KI nicht:** Bewerten, was tatsächlich (heute) wichtig ist. ChatGPTs „Lernmaterial“ stammt aus dem Jahr 2021, Trends ändern sich stetig – und damit auch das Nutzerverhalten Deiner Zielgruppe.
- **USP finden:** Das, was Dich gegenüber dem Wettbewerb einzigartig macht, ist Dein Unique Selling Point (USP). Um eine klare Botschaft an Deine Leser zu kommunizieren, musst Du ein Alleinstellungsmerkmal kurz und knackig in einem Satz zusammenfassen können.
 - **Das kann KI:** Wir wissen einigermaßen, was unserer Zielgruppe wichtig ist. Im Dialog hilft Dir KI, Deine Daten sowie Deine Gedanken auf den Punkt zu bringen. Zudem unterstützt sie Dich bei Umformulierungen und Satzkürzungen.
 - **Das kann KI nicht:** Für ChatGPT sind Begriffe wie „hohe Qualität“ und „Kompetenz“ USPs. Weil es jeder schreibt. Genau das ist beim Storytelling aber nicht gewünscht. Es wird ein

einzigartiger, emotionaler Ansatz gesucht, der Deine Zielgruppe bei einem Bedürfnis packt, dass sie unbedingt erfüllen will.



Achtung Datenschutzrisiken: Wird der KI zur Generierung personalisierter Geschichten eine große Mengen an Kundendaten zur Verfügung gestellt, wirft das Datenschutzprobleme und

Sicherheitsrisiken auf.

- **Material sammeln:** Recherche ist für Storytelling essenziell. Kundenfeedback, Rezensionen, Bildmaterial, Wettbewerber-Analyse und Beispiel-Situationen aus Deinem Unternehmen, die veranschaulichen, wie toll Du bist – all das fließt in Dein Plotting mit ein.
 - **Das kann KI:** KI recherchiert für Dich Fakten und Wettbewerber.
 - **Das kann KI nicht:** Du kannst den Fakten nicht vertrauen, Du musst diese prüfen. Es hilft Dir außerdem nicht, wenn Du Dir nur anschaust, wie Deine Wettbewerber texten, Du musst selbst auf die Webseiten gehen und ihre Erfolgskonzepte als Ganzes sehen. Wie sehen Bildmaterial, Typo und ggf. Videos aus? Und selbstverständlich kennt KI auch nicht jeden Schwank aus Deinem Arbeitsleben.
- **Schreiben:**
 - **Das kann KI:** ChatGPT kann Dir erstaunlich gute Texte schreiben, wenn Du die Zeit investierst, Deine Vorgaben für den Text genau zu definieren (u. a. Zielgruppe, Textlänge, Tonalität, Textart). Häufig muss man nachjustieren, etwas umschreiben lassen oder selbst umschreiben – aber eine solide Basis erhält man mit ChatGPT allemal. Ebenso nützlich ist ChatGPT, um sich mehrere Varianten für Headlines erstellen zu lassen, Textkürzungen oder Vereinfachungen vorzunehmen und den eigenen Text korrekturlesen zu lassen.
 - **Das kann KI nicht:** ChatGPT ist nicht originell. Bittet man das Tool um werbliche Texte, kommen gerne immer wieder die gleichen Floskeln, Textstrukturen und Aufzählungen. Gerne wird sich auch mehrfach wiederholt. Die bei Werbetexten geforderte Emotionalität findet nicht das richtige Maß und es wird gerne mal schwülstig. Für Kontext und Unterton hat ChatGPT auch nicht immer das richtige Händchen. Angesichts dessen, dass Suchmaschinen wie Google generische, unpersönliche und wenig hilfreiche Texte eventuell abstrafen, solltest Du KI-Texte immer strengstens kontrollieren.

BEISPIELE FÜR STORYTELLING-VORARBEIT MIT CHATGPT

Ein langer, fundierter Blogartikel über Storytelling ist Dir nicht genug? Du möchtest konkrete Beispiele sehen? Wer möchte das nicht? Und da es so schön einfach ist, **ChatGPT3.5** – die kostenlose Version von ChatGPT (Stand 09/23) – selbst zu fragen, haben wir gleich zwei Beispiele

für Dich. Viel Spaß!

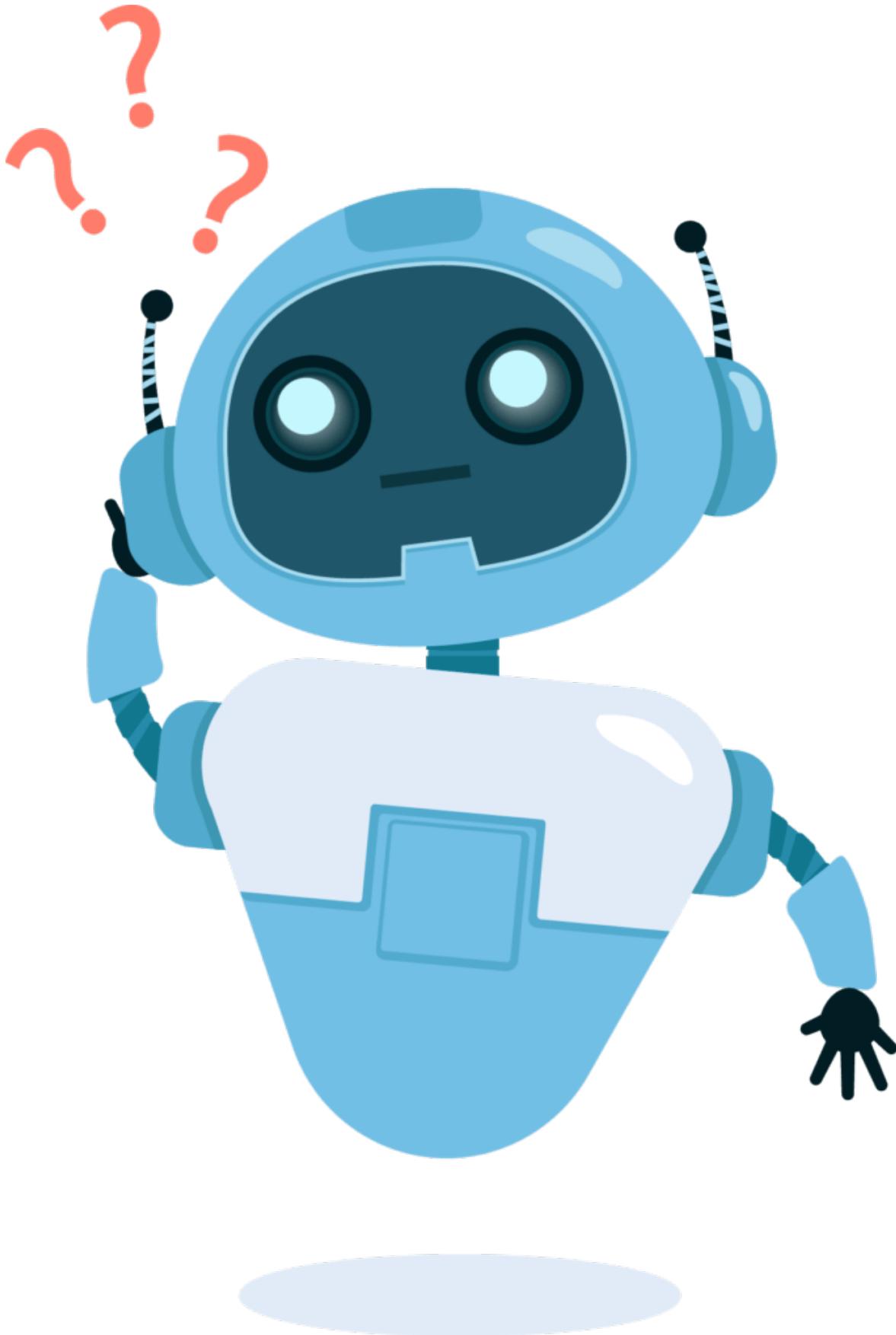
"GESUNDE LÄCHELN, GLÜCKLICHE LEBEN" – CHATGPT VS. ZAHNARZTPRAXIS

Was sind die USPs einer Zahnarztpraxis? Und wie könnte ein Website-Pitch dafür lauten?

"WO KARRIEREN DÄCHER SCHÜTZEN" – CHATGPT VS. DACHDECKER

Was sind die USPs eines Dachdecker-Unternehmens? Und wie könnte eine Karriereseite dafür lauten?

Während ChatGPT bei beiden Fragestellungen **gute "Ideen"** hat, sind die Hauptprobleme jeweils sehr ähnlich: Die generative KI zieht **beliebig wirkende USPs** heran und nur wenn man nachfragt, wird verdeutlicht, dass man da doch mal besser selbst überlegen sollte. Diese generischen USPs führen natürlich dann zu **generischen Landingpages**, wenngleich durchaus **gute Inspirationen** geliefert werden. Dazu kommt, dass die künstliche Intelligenz sich zwar an **Wortspielen und Stilmitteln** versucht, aber so manches mal auch knapp daneben greift.



Wie ihr seht, kann ich Rechtschreibfehler, Fehler in Syntax und Semantik machen. Obwohl ich darauf ausgelegt bin, Texte mit einer hohen Qualität zu generieren, bin ich nicht fehlerfrei und kann gelegentlich inkorrekte oder unklare Formulierungen erzeugen.

FAZIT ZU STORYTELLING UND KI

KI kann uns im Storytelling unterstützen. Ob bei der **Ideenfindung, Recherche** oder bei der **Umformulierung** von komplexen Inhalten auf ein einfaches Sprachniveau.

Ob zur Anregung oder als Informationsquelle – man sollte jedoch stets beachten, dass sich KI an vorhandenen, unter Umständen sogar **veralteten Daten** orientiert, und manchmal sogar **Falschaussagen** trifft. Originalität und Emotionalität gehören ebenfalls nicht zu ihren Stärken.

Doch solltest Du aufgrund dieser Risiken auf KI verzichten? Nein – das musst Du nicht, wenn Du Dir der Risiken bewusst bist und die Verantwortung behältst!

Gerade in den ersten drei Vierteln Deines Weges zu einer guten Geschichte, die aus Recherche und Brainstorming bestehen, kann KI eine **enorme Zeitersparnis** für Dich bedeuten.

Und jetzt stell Dir vor, Du kannst diese gewonnene Zeit dazu verwenden, Deiner Story Magie einzuhauchen? Genau!

Der Weg ist KI – der Mensch macht die Magie

80% des Weges zu einer guten Story kann man mit der Unterstützung von ChatGPT und Co. gehen. Dieser Weg ist schneller und weniger steinig. Für die restlichen und wirklich wichtigen 20% braucht man jedoch die Emotionalität, die Einzigartigkeit, die **Magie einer guten Erzählung**.

Du möchtest Deiner Webseite echte Magie einhauchen? Wir als Agentur sind gerne die Helden für Deine einzigartige Markengeschichte. Erklimme mit unseren webweisenden Content-Profis den Olymp der Erzählung.