

Wie nutze ich **KI im Content-Marketing**, ohne austauschbar zu werden?

Veranstaltung #3 der [handel.digital](#) Social-Media-Reihe.



Ich mache Gutes sichtbar.

Hi, mein Name ist

Frederik Gottschling.

20 Jahre Berufserfahrung, verheiratet, 2 Kinder

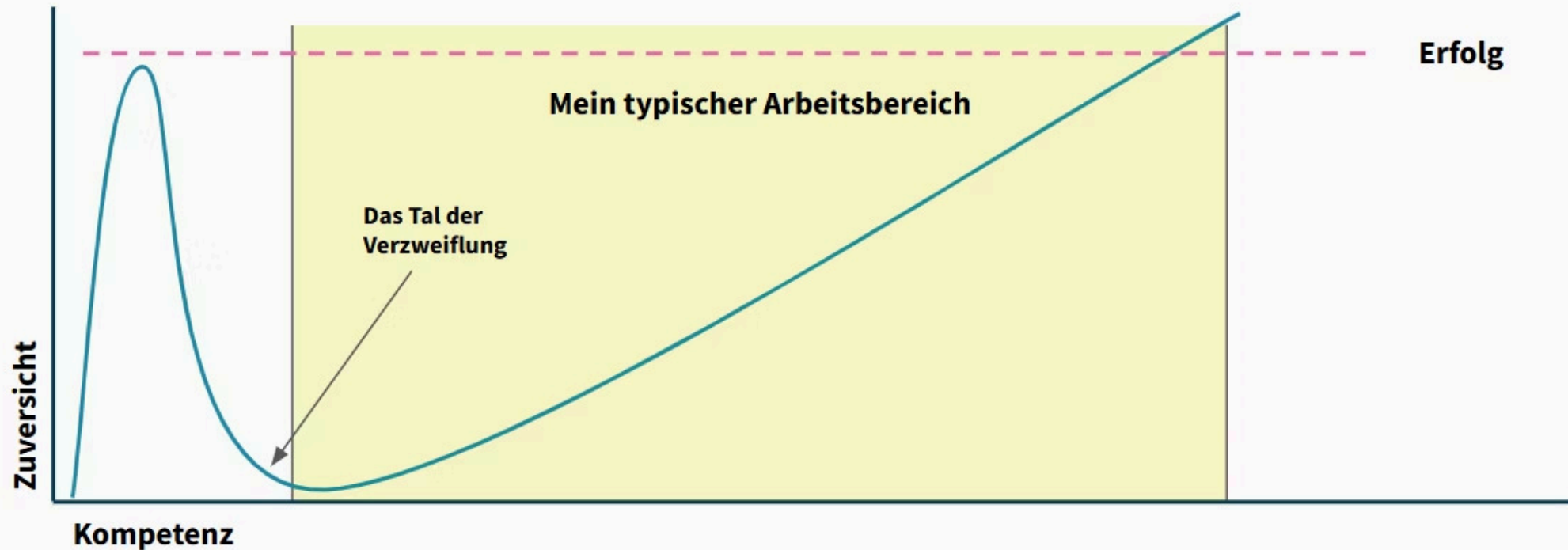
[YouTube](#) | [LinkedIn](#) | [Website](#)

Ich helfe Unternehmen dabei, Content zu erstellen,
ohne dabei in die Influencer-Falle zu tappen.

Reifegrad zur Einschätzung

Level	Ausgangspunkt	Hebel	Fokus
#1 - Warum	Warum sollte ich?	Kennzahlen	Ziel für Erfolgsmessung setzen, Aufgabe definieren
#2 - Wie	Wie geht es richtig?	Grundlagen	Persona, einfacher Content, Lücken verstehen
#3 - Besser	Wie geht es besser?	Mechanik	Funnel, User-Journey, 3- Kanal-System
#4 - Mehr	Wie integriere ich es?	Skalierung	Mehr Content, mehr Plattformen
#5 - System	Wie nutze ich es strategisch?	Planung	Produkt entwerfen, Kampagne planen

Dunning-Kruger-Reise für Content



Was bisher geschah.

1

Veranstaltung #1 – Routine

Wenn Sie kein Influencer sind, warum sollten Sie dann Content wie einer machen?

Einstieg, um Praxiserfahrung zu sammeln und einfachen Content zu erstellen.

2

Veranstaltung #2 – Vom Like zum Ergebnis

Warum sollte bei der Sichtbarkeit alles nach Plan laufen, wenn es keinen gibt?

Optimierung: weg von reiner Reichweite, mehr Fokus auf das Geschäft.

3

Veranstaltung #3 – Content mit System

Wenn Content zu viel Arbeit ist, warum fragen Sie nicht einfach die KI?

Heute bauen wir darauf auf: Mehr System, Skalierung, KI-Einsatz.



2 Dinge, bevor wir starten.

EU AI Act

Als Unternehmen sind Sie verpflichtet, Mitarbeitende in verwendeten KI-Tools zu schulen und deren Einsatz zu dokumentieren.

Die gute Nachricht: Das ist gleichzeitig eine Prozessdokumentation – und damit die Grundlage für Automation.

Ergebnisse prüfen

KIs machen Fehler. Ich auch. Die Inhalte dieser Präsentation sind sorgfältig zusammengestellt – können aber unvollständig oder falsch sein.

Sie sind für die Ergebnisse verantwortlich. Prüfen Sie KI-Ausgaben immer.

Bei Fragen: Das Team von [handel.digital](#) hilft weiter.

Warum machen Sie nicht einfach Content, der Ihre Zielgruppe **systematisch führt**?

Die meisten Unternehmen erstellen Content. Wenige erstellen Content **mit Richtung**.

Ein Funnel ist kein Trichter.

Er ist eine Orientierungshilfe.

Ein Funnel strukturiert, was Interessierte als Nächstes brauchen, und gibt ihnen einen Grund, dranzubleiben.



Jede Phase beantwortet eine andere Frage. Wer auf allen vier Ebenen präsent ist, führt, ohne zu drängen.

Nur 3 % sind heute bereit zu kaufen.

Und was ist mit den anderen 97 %?

20%

25–30%

20–25%

3%

SEE – Inspirationsphase

Sie wissen teils noch nicht, dass sie ein Problem haben oder welches genau.

THINK – Orientierungsphase

Sie suchen aktiv nach Lösungen.

DO – Kaufbereit

Für sie reicht ein klarer Weg.

Nicht interessiert

Lassen sich nicht überzeugen



Die meisten Unternehmen produzieren fast ausschließlich DO-Content. Das große Depot liegt brach.

Die 7-11-4-Regel

Vertrauen entsteht nicht bei einem Kontakt. Orientierung braucht mehr als einen Post.

7 Stunden

mit Ihren Inhalten

11 Kontaktpunkte

über verschiedene Berührungspunkte

4 verschiedene Orte

an denen Kontakt stattfindet

Warte. **7 STUNDEN?** 😲

Die gute Nachricht: Sie müssen nicht mit 7 Stunden anfangen.

Google-Forschung zeigt: Bevor jemand kauft, verbringt er im Durchschnitt

7 Stunden

mit Ihren Inhalten

11 Kontaktpunkte

über verschiedene Berührungspunkte

4 verschiedene Orte

an denen Kontakt stattfindet

7 Stunden = 420 Minuten = 25–40 Einzelcontents.

Quelle: Google 7-11-4-Regel, basierend auf ZMOT Research. Weiterführend: [thinkwithgoogle.com](https://www.thinkwithgoogle.com)

Ok, noch einfacher.

Nutzen Sie dieses System, um 10 Reels in 15 Minuten zu erstellen.

Wählen Sie ein Thema, eine Frage oder ein Produkt aus.

10 Hooks

Sprechen Sie über Mehrwert, Schmerzpunkte, Nachteile oder wünschenswerte Ergebnisse.

2 Mehrwert

Spannen Sie den Bogen zwischen Problem und gewünschtem Ergebnis.

1-2 Call to Action

Was soll die Person jetzt tun?

Fangen Sie mit 8 Schritten an.

8 Contents reichen für einen vollständigen Funnel.



Jeder dieser Contents beantwortet eine konkrete Frage Ihrer Zielgruppe. Das nennt sich FAQ-Content – und genau dafür ist KI besonders nützlich.



Worauf kommt es an?

Drei Fragen, die Ihren Funnel definieren:

1 Was sollen Interessierte am Ende tun?

Das ist Ihr DO-Ziel.

2 Wo müssen sie dafür hingehen?

Website, Laden, Telefon?

3 Welches Einstiegsangebot öffnet die Tür?

Womit können Sie Vertrauen aufbauen, bevor jemand kauft?

Wer diese drei Fragen beantwortet hat, kann Content gezielt statt zunächst ins Blaue erstellen.

So machen Sie es nach.

Kopieren Sie diesen Prompt und füllen Sie die Felder aus:

Du bist Experte für Content-Marketing. Ich bin in der Branche FAHRRADHANDEL, meine Zielgruppe sind ELTERN MIT 1-3 KINDERN (Alter ca. 1-12 Jahre), die gute Räder und Produkte rund ums Rad suchen, die das Leben leichter machen. Mein Ziel: Interessierte sollen einen Beratungstermin in meinem Laden buchen. Erstelle zusammenhängende Content-Ideen für SEE, THINK, DO, CARE sowie die Übergänge SEE zu THINK und THINK zu DO. Die Ideen sollen auf typischen Fragen meiner Zielgruppe basieren. Ordne jeden Content klar einer Phase zu und erkläre in einem Satz, welche Frage er beantwortet. Stelle mir schrittweise Fragen, wenn du mehr Kontext brauchst.

Wie Sie die KI dazu bringen, Ihnen wirklich Arbeit abzunehmen.

Sie haben Ideen. Sie haben Themen. Aber jedes Mal von vorne anfangen kostet Zeit.

Die Lösung: **KI-Skills.**

Was ist ein KI-Skill?

Ein Skill ist eine Prozessbeschreibung, für die KI und für Sie.



AGENT

Wählt den richtigen Skill und den richtigen Zeitpunkt



SKILL

Die eigentliche Prozessbeschreibung mit Arbeitsanweisungen



WISSEN

Eine Datenbank mit überprüften Informationen



REGELN

Grenzen und Möglichkeiten des Prozesses

Ein Skill hilft einer KI, Prozessschritte nachzuvollziehen und Ihnen, sie nicht jedes Mal neu erklären zu müssen.

Was ein Skill nicht ist.

Ein Skill ist kein Feature eines bestimmten KI-Modells.

Skills lassen sich in jedes Modell übertragen, als Skill-Bibliothek oder als einfaches PDF.

Wenn Sie heute einen Skill für ChatGPT erstellen und morgen zu Claude wechseln: Der Skill geht mit. Sie verlieren nichts.

- ☑ Einen Skill zu erstellen bedeutet: einen Prozess erfassen und optimieren. Das alleine ist schon wertvoll, auch ohne KI.

Mehr Infos auf: <https://agentskills.io/what-are-skills>

Sichtbarkeit ist ein Prozessproblem.

Sie wollen mehr Sichtbarkeit? Sie haben wenig Zeit? Ihre Ressourcen sind begrenzt?

Dann müssen Sie Ihre Prozesse dokumentieren und optimieren.

- Ohne strukturierte Basis ist Contentproduktion immer aufwändig.
- Automatisierung funktioniert nur, wenn Prozesse klar definiert sind.
- **Skills sind Dokumentation und Arbeitsanweisung in einem.**

📄 KI-Skills sind dafür der beste Sparringspartner, den Sie gerade günstig bekommen können.

Was macht einen guten Skill aus?

1

Trigger

Wann startet der Prozess?

2

Recherche

Welche Infos braucht die KI vorher?
Woher? In welchem Format?

3

Prozessschritte

Welche Aufgaben werden bearbeitet –
und wer macht was (Mensch oder KI)?

4

Definition of Done

Wann ist der Prozess abgeschlossen?

5

Ausnahmen

Wann wird der Prozess unterbrochen oder
abgebrochen?

6

Negativ-Beispiel

Was soll im Prozess auf keinen Fall
passieren?

7

Folge-Prozess

Was passiert danach? Wohin wird übergeben?

Alles kann. Nicht alles darf.

Die KI kann Ihnen viele Aufgaben abnehmen. Aber nicht immer ist das gewünscht oder erlaubt.

Legen Sie deshalb Regeln fest:

 **Grün**

KI darf autonom agieren

 **Gelb**

KI arbeitet vor, Mensch prüft und gibt frei

 **Rot**

KI darf nicht agieren. Nur der Mensch führt aus.

 Diese Ampel gehört in jeden Skill und in Ihre KI-Dokumentation nach EU AI Act.

So erstellen Sie Ihren ersten Skill.

Wählen Sie einen einfachen, immer wiederkehrenden Prozess.

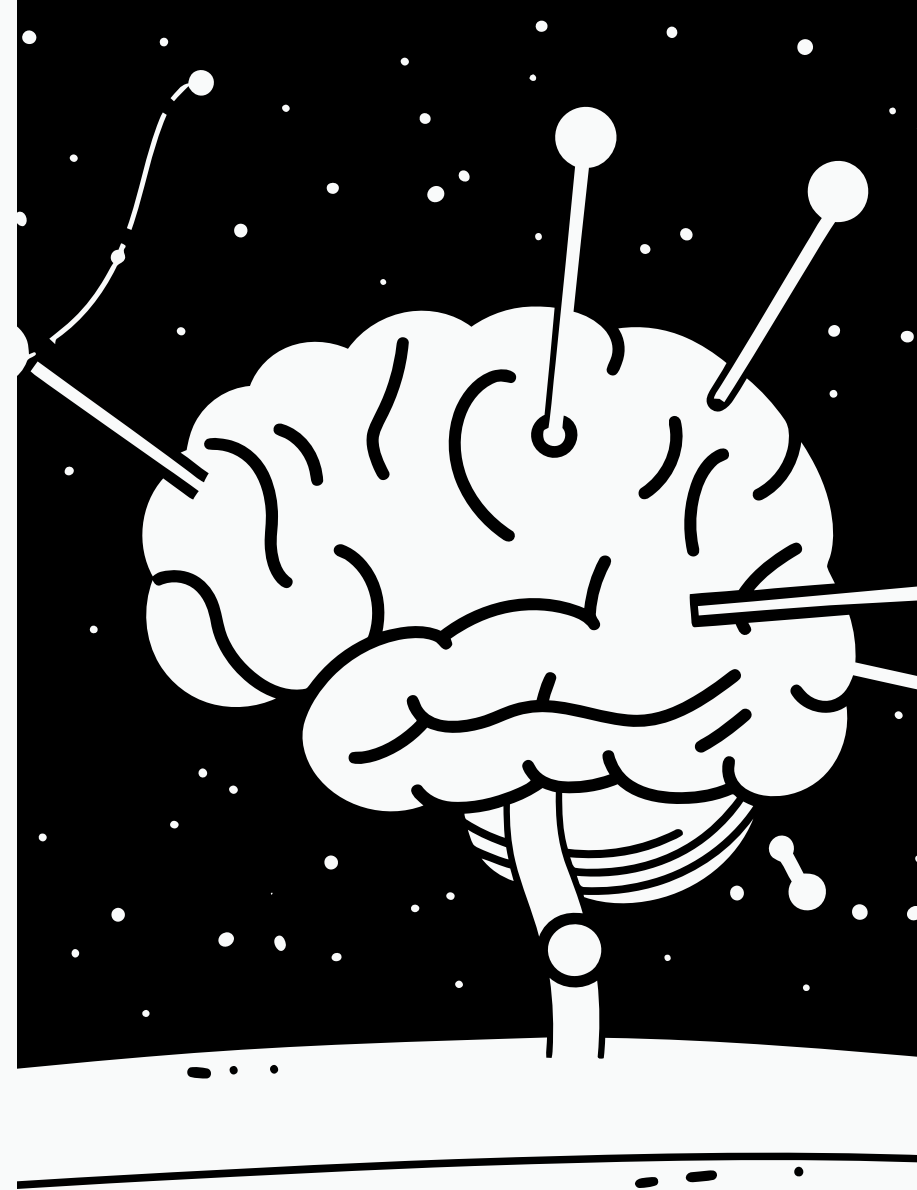
Beispiel: Aus einer Tabelle neu eingetrossener Artikel sollen Produktbeschreibungen erstellt werden.

Kopieren Sie diesen Prompt:

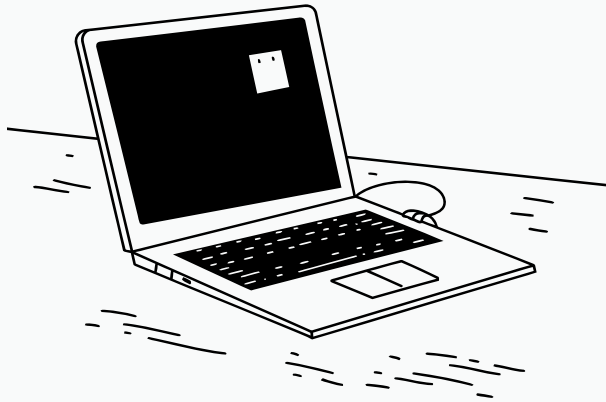
Hilf mir, einen Skill für den folgenden Prozess zu definieren: [Ihre Beschreibung].
Führe mit mir ein schrittweises Interview, um den Prozess zu dokumentieren und zu optimieren. Erinnerung mich am Ende daran, den Skill nochmal auf Lücken prüfen zu lassen.

Wie man die KI dazu bringt, keinen Blödsinn zu erzählen.

KI-Antworten sind das Ergebnis von Wahrscheinlichkeitsrechnungen.



Was sind Grounding Pages?



Grounding Pages sind ein offener Standard für maschinenlesbare Markenführung im Zeitalter der KI.

Sie bieten ein stabiles Fundament aus überprüfbaren Fakten, das KI-Systeme für die Interpretation Ihres Unternehmens nutzen können.

Ergebnis: Bessere Antwortqualität, weniger Halluzinationen, mehr Kontrolle darüber, wie Ihr Unternehmen in KI-Suchen dargestellt wird.

Quelle: groundingpage.com/de – offener Standard für maschinenlesbare Markenführung

Warum sollten Sie das nutzen?

KI-Antworten entstehen durch Wahrscheinlichkeitsrechnung.

Liegen keine eindeutigen Informationen vor, berechnet die KI sie – und liegt dabei manchmal falsch.

Das kann für Ihr Unternehmen zum Beispiel bedeuten:

✗ Falsche Branche

Ihr Unternehmen wird der falschen Branche zugeordnet

✗ Falsche Adresse

Zu Ihrem Unternehmen wird die falsche Adresse ausgegeben

✗ Falscher Name

Ihr persönlicher Name wird als Unternehmensname angezeigt

📄 Grounding Pages liefern der KI die richtigen Informationen, bevor sie anfängt zu raten.

Beispiel: <https://wp-ninjas.de/groundingpage-jonas-tietgen/>

Mehr Infos: <https://groundingpage.com/spec/technical-implementation/de/>

So richten Sie Ihre Grounding Page ein.

Ein Beispiel für eine fertige Grounding Page: <https://wp-ninjas.de/groundingpage-jonas-tietgen/>

Kopieren Sie diesen Prompt:

Hilf mir, eine Grounding Page für mein Unternehmen einzurichten.
Orientiere dich dabei an den Vorgaben des offiziellen Grounding Pages Standards:
<https://groundingpage.com/spec/technical-implementation/de/>
Stelle mir deine Fragen eine nach der anderen, um alle notwendigen
Informationen zu erfassen.



Was Sie heute mitnehmen.



Funnel

Erstellen Sie Content gezielt entlang Ihrer Funnelstufen, nicht einfach drauf los.



Skills

Dokumentieren Sie einen einfachen Prozess und optimieren Sie ihn mit KI-Unterstützung.



Grounding Pages

Sorgen Sie dafür, dass KI-Suchen Ihr Unternehmen korrekt darstellen.

Was Sie jetzt tun können.

Option A – Für Einsteiger:

Erstellen Sie mit dem gezeigten Prompt eine erste Contentliste entlang Ihres Funnels.

Lassen Sie sich bei Bedarf sehr kurze Testformate ausgeben – fangen Sie klein an.

Option B – Für Fortgeschrittene:

Nehmen Sie einen einfachen, immer wiederkehrenden Prozess und bitten Sie eine KI Ihrer Wahl darum, Ihnen beim Erfassen und Optimieren des Prozesses zu helfen.

📄 Bei Fragen zu beiden Optionen, wenden Sie sich gerne an mich oder das [handel.digital](#) Team.[h](#)

Verschwenden Sie nie, nie, nie, nie,
nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie,
nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie,
nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie, nie,
nie, nie, nie, nie, **niemals die Zeit Ihrer
Zielgruppe.**

Ich bin das letzte Chart.

Bitte kein Mitleid. Ich mache den Job wirklich gerne.

Bei Fragen und anderen Anliegen kontaktieren Sie mich gerne.



Mobil

0171 47 67 662



LinkedIn

[linkedin.com/in/frederikgottschling](https://www.linkedin.com/in/frederikgottschling)



E-Mail

hello@frederikgottschling.com

