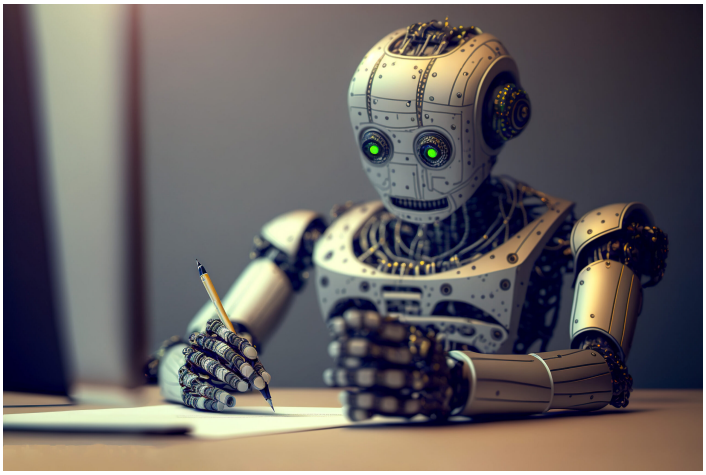
STORYTELLING MIT KI – CHANCE ODER RISIKO?



Veröffentlicht am 11. April 2025 von Sabrina

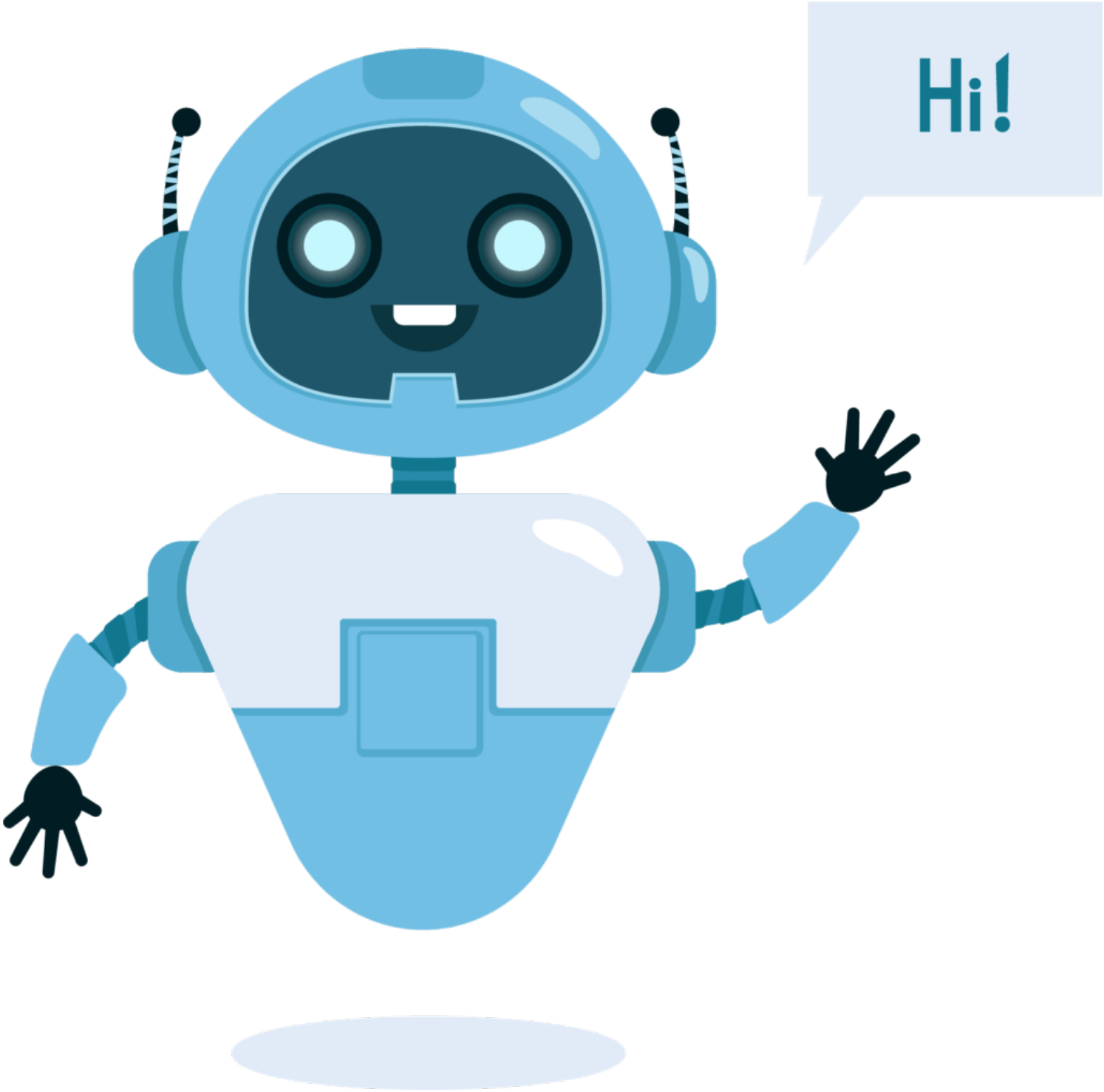
Künstliche Intelligenz kann Dich im Content Marketing unterstützen. Wie Du KI für Webseite Storytelling nutzt, erfährst Du hier. Mit Beispielen von ChatGPT.

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 seit längerem 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 der Ideenfindung, Struktur und Textoptimierung zu helfen – mit datenbasierten Vorschlägen, aber auch mit einer Portion Inspiration.“

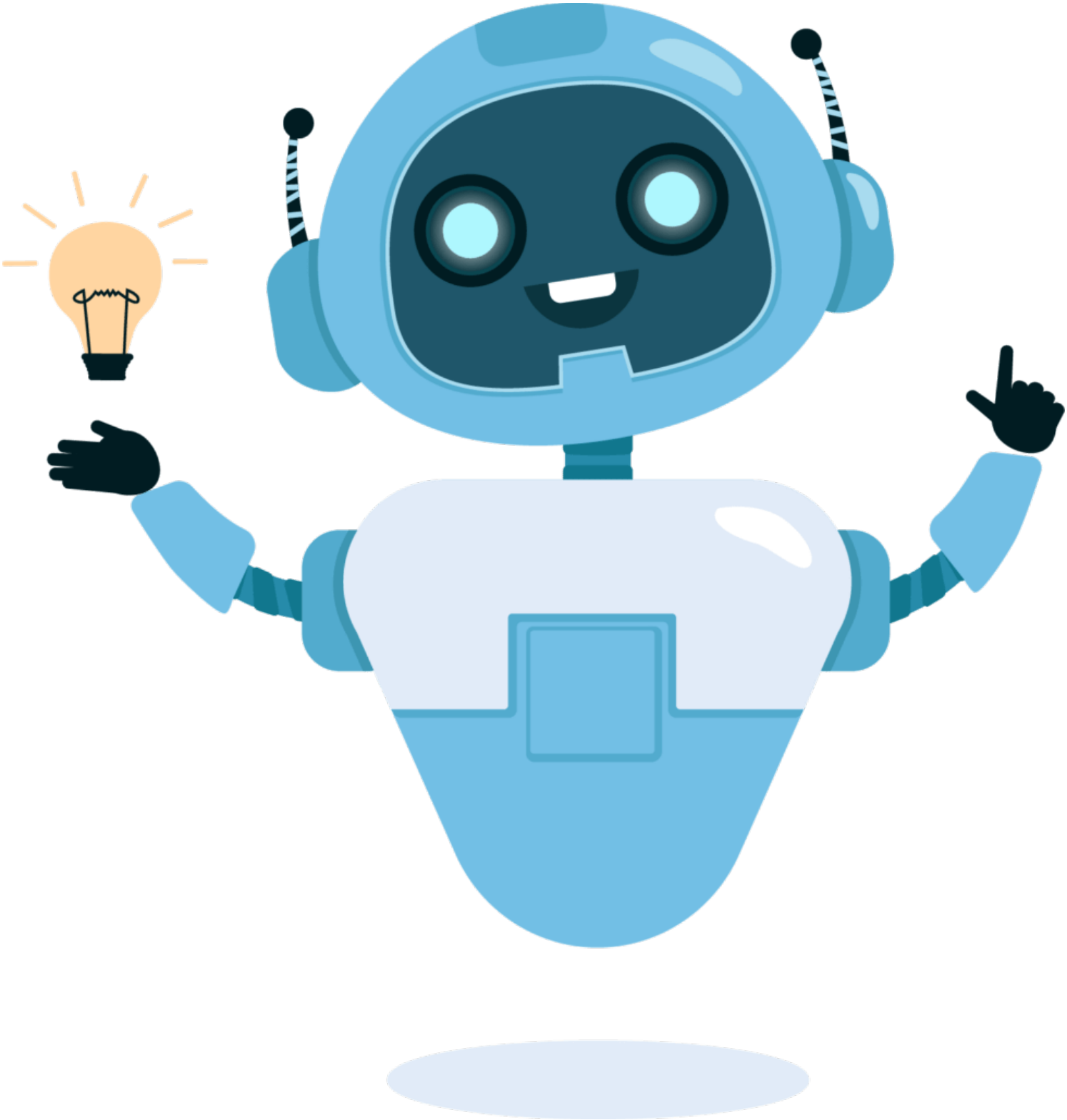
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM ONLINE-MARKETING UND IHRE GRENZEN

Ob Schachcomputer, selbstfahrende Fahrzeuge, Dein Instagram-Feed oder die Texterstellungs-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 wieChatGPT, Copy AI, Chatbots, Artbreeder und Canva Magic Write 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** – heute ist KI ein fester Bestandteil im Marketing-Stack vieler Agenturen und Unternehmen. Sie helfen uns im Kundensupport, in der Marktforschung, beim Branding, Brainstorming und bei der Erstellung verschiedenster Textformate, vom Social Media Posting über Präsentation bis hin zu ganzen Artikeln.



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 auch sind, ist es dabei wichtig zu verstehen, dass deren Performance ganz klar abhängig ist von:

- den **Daten**, mit denen die KI trainiert wurde
- der **Architektur** und **Rechenleistung** hinter dem Modell
- Deinem Input – und wie die KI diesen **interpretiert**

KI ist also kein Selbstläufer. Falschaussagen, Missinterpretationen, Generalisierungen und unzureichende Ergebnisse **gehören weiterhin zum Alltag**.

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 bewerten 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 nutzt dafür bekannte Erzählmuster wie z.B. **die klassische Heldenreise**. Ziel: Der Leser soll sich emotional angesprochen fühlen und möglichst bis zum Ende mitfiebern.

Diese Erzählmuster werden im Online-Marketing verwendet, um Webseiten, Produkttexten und Landingpages so zu gestalten, dass sie **gezielte Handlungen auslösen**: einen Kauf, einen Download, eine Kontaktaufnahme oder eine Newsletter-Anmeldung.

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. Hier wird die Kommunikation in Bausteine gegliedert und mit dem Heldenreise-Schema kombiniert. Ziel: aus reiner Werbe-Kommunikation eine echte

Markenbotschaft machen, die im Kopf bleibt.

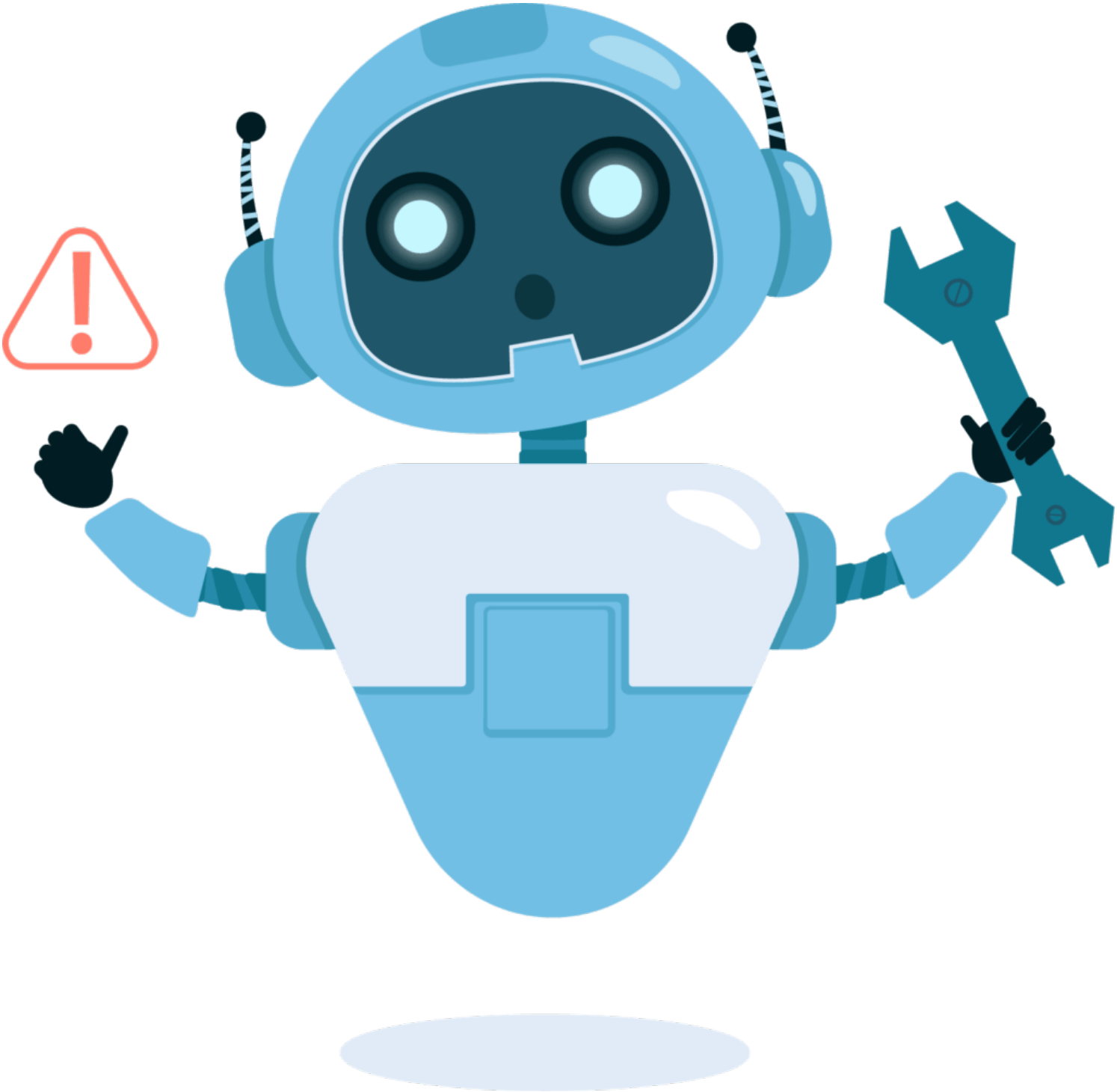
Du möchtest deine Marke mit Storytelling auf ein neues Level heben? Wir erklären Dir hier, wie Du Deine werbliche Story in 5 Schritten erzählst.

KANN KI STORYS FÜR WEBSEITEN PLOTTEN?

Von einer KI zu erwarten „mal schnell ein Storyscript nach Christiani zu schreiben" ist nicht zielführend und funktioniert nur bedingt. Warum? Storytelling ist vielschichtig, benötigt Recherche, ein Gespür für Zielgruppen und Originalität. Damit ist die Latte für generative KI-Modelle hoch, da es gleich **mehrere Fehlerquellen für KI auf einmal** gibt.

Was ChatGPT & Co. allerdings sehr gut können: Dich im Prozess begleiten und an den **richtigen Stellen unterstützen**.

- **Zielgruppe identifizieren**: Um die richtigen Kunden anzusprechen, benötigst Du ein klares Verständnis für Deine Zielgruppe.
    - **Das kann KI:** Tools wie ChatGPT können Zielgruppenprofile analysieren, Verhalten clustern, Personas strukturieren und Interessen anhand von Datenmustern ableiten.
    - **Das kann KI nicht:** KI kennt keine aktuellen Zielgruppen-Trends. Ohne Dein Wissen und Deine Erfahrung fehlen Kontext, Nuancen und Relevanz – vor allem bei Themen, die sich schnell wandeln.
- **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:** Durch strukturierte Fragen hilft Dir ChatGPT, Deinen USP zu formulieren oder Deinen Pitch zu schärfen. Gute Ergebnisse entstehen im Dialog.
    - **Das kann KI nicht:** Emotionale oder tiefgründige USPs entstehen nicht durch Aufzählungen wie „Qualität und Service". Diese Floskeln reichen nicht – Storytelling braucht ein echtes „Warum".



Achtung Datenschutz: Wenn Du mit personalisierten Geschichten arbeitest und KI-Tools dabei mit echten Kundendaten fütterst, musst Du unbedingt die DSGVO beachten. Sensible Informationen dürfen nicht ungeschützt verarbeitet werden. Achte auf sichere und datenschutzkonforme Tools.

- **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:** Unterstützung bei der Wettbewerbsanalyse, FAQ-Auswertung, Textoptimierung und Strukturvorschlägen.

- **Das kann KI nicht:** Quellenprüfung. Du musst die Ergebnisse selbst kontrollieren. 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? ChatGPT kann darüber hinaus keine echten Kundenfeedbacks einordnen oder Anekdoten aus Deinem Arbeitsalltag erzählen. Das, was Storys spannend macht, kommt von Dir.

- **Schreiben**:
  - **Das kann KI:** Mit den richtigen Prompts (u. a. Zielgruppe, Textlänge, Tonalität, Textart) liefert ChatGPT solide Textentwürfe, Überschriftenvarianten, Textkürzungen oder sogar Proofreading. Ideal für schnelle Iterationen. Häufig muss man nachjustieren, etwas umschreiben lassen oder selbst umschreiben.

  - **Das kann KI nicht:** Originell sein. ChatGPT bleibt oft generisch, wiederholt sich gerne und scheut klare Meinungen. Emotionalität und Nuance sind Glückssache – oft klingt es zu weichgespült oder zu platt. 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.

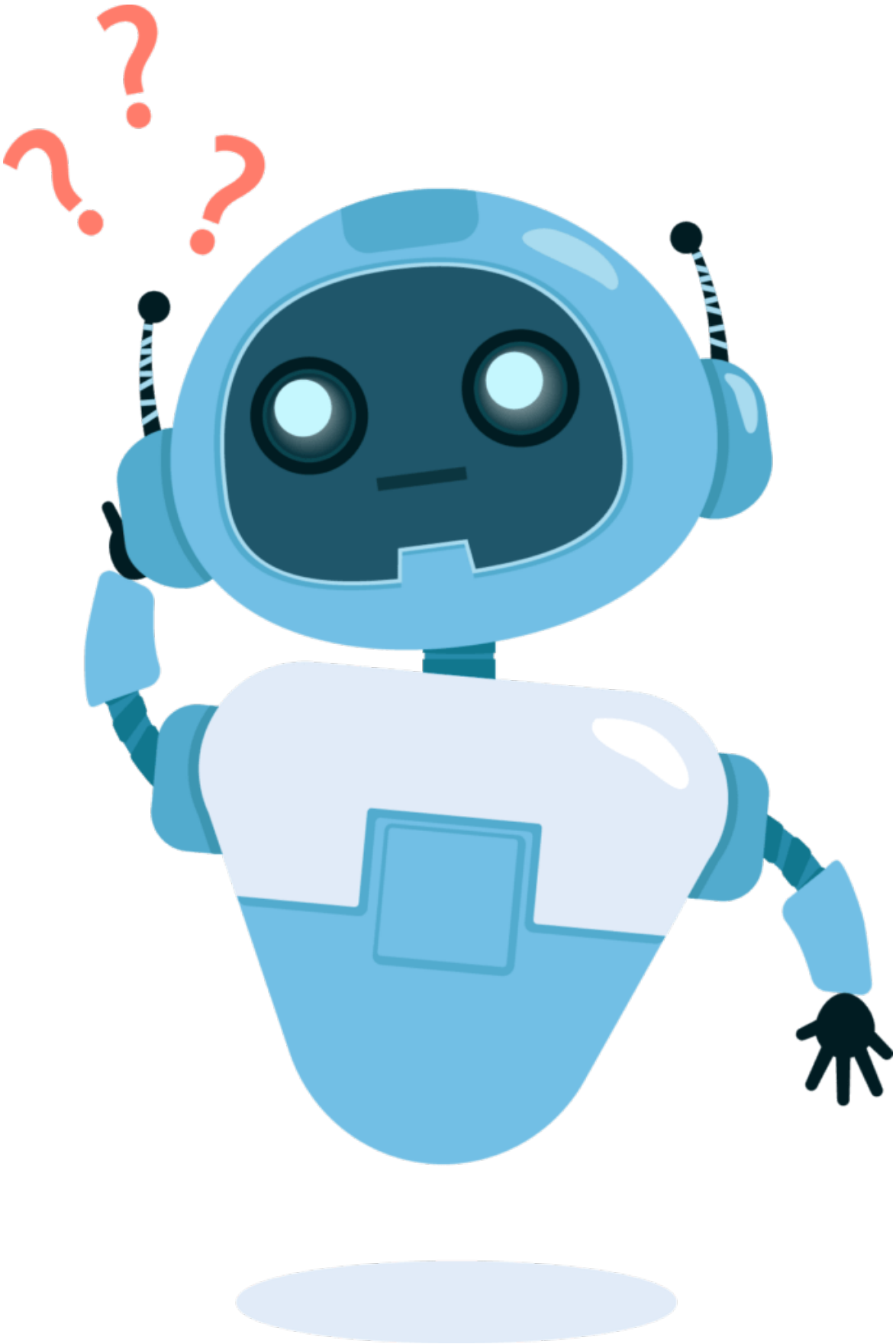
ZAHNARZTPRAXIS

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 Du siehst, 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. Und ich kann fünf Textvarianten in 30 Sekunden schreiben – aber Du musst entscheiden, welche Deiner Story gerecht wird.

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.

Aber: KI ersetzt keine Story, die berührt. Sie kann Muster erkennen, aber keine echten Gefühle erzeugen. Sie kann inspirieren, aber keine Vision vermitteln. **Für das Besondere braucht es nach wie vor uns Menschen.**

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

Etwa 80 % des Weges kannst Du mit KI abkürzen – von der Ideensammlung bis zum ersten Textentwurf. Aber die letzten 20 %, in denen sich alles entscheidet, bleiben Dir überlassen. **Hier entsteht die Magie. Deine Story**.

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.