

23.08.23 - Presstext / 1

Eignet sich Künstliche Intelligenz für Unternehmenstexte?

KI-generierte Texte lassen sich mühelos erstellen und veröffentlichen. Erfüllen sie auch die Intentionen von Menschen auf der Suche nach präzisen Informationen?

Generative künstliche Intelligenz revolutioniert zunehmend den beruflichen Alltag. Mit ausgereiften Tools lassen sich auf Knopfdruck Texte erstellen und in vielen Medien veröffentlichen. Die Bandbreite für den Einsatz solcher Texte ist enorm. Drei entscheidende Aspekte werden dabei jedoch nicht automatisch berücksichtigt: die spezifischen Bedürfnisse von Zielgruppen, die Richtlinien von Suchmaschinen und das Urheberrecht. In den Augen von Annette Dobesch sind diese Aspekte wesentliche Qualitätsmerkmale guter Inhalte. Statt Automatisierung setzt die Texterin für Presse- und Imagetexte daher auf individuell geschriebenen Content.

Hochwertiger Content an erster Stelle

„Ein Text, der bei gleicher oder ähnlicher Eingabe vervielfältigt wird, verhält sich ähnlich wie ein lizenzfreies Bild, das man in unterschiedlicher Werbung findet“, erklärt Annette Dobesch. „Diese Reproduzierbarkeit eignet sich nach meiner Erfahrung zwar für die Recherche allgemeiner Fakten. Sie passt aber nicht zu Unternehmen, die mit einzigartigen Inhalten Menschen überzeugen wollen.“ Diese Einzigartigkeit ist nicht nur für Menschen wichtig, sondern auch für Suchmaschinen, die Unique Content im Ranking bevorzugen. Dieser qualitativ hochwertige Content übt positiven Einfluss auf die Suchmaschinenrelevanz einer Webseite aus.

Ein weiterer Aspekt sollte aus ihrer Sicht beachtet werden: „KI-generierte Texte können auch dann problematisch werden, wenn zum Beispiel Forschungsergebnisse aufgegriffen werden, die nicht mehr aktuell sind. Dann wird es für den Autor schwierig, die Textquelle nachzuweisen.“

Auch der Experte „content.de“ bewertet KI-generierte Texte aus diesem Grund kritisch. Denn zum einen ist nicht eindeutig geklärt, wer das Urheberrecht besitzt. Zum anderen ist unklar, ob jeder Anwender die Nutzungsrechte an diesem Text veräußern darf.

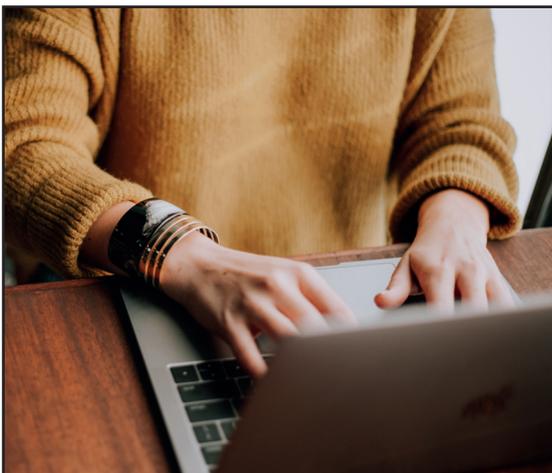
23.08.23 - Presstext / 2

Die Bedeutung persönlich geschriebener Texte

Für Annette Dobesch sind diese Faktoren klare Beweise für die Relevanz individuell geschriebener Inhalte: „Einen Text so zu verfassen, dass er mit allen Kernzahlen und Keywords zum Unternehmen passt, seinem Wertesystem entspricht und seine Zielgruppe anspricht – das ist ein individueller Prozess, der sich nicht automatisieren lässt.“

Gemeinsam mit ihrem Team macht sie täglich die Erfahrung, dass persönlich geschriebene Texte für Unternehmen nach wie vor gefragt sind, um sich von der Masse abzuheben. Vor allem Imagetexte müssen genau auf das Unternehmen und seine Themen zugeschnitten und authentisch formuliert sein. Auch das Erfüllen der Suchintention, die ansprechende Formulierung des Contents und die thematische Tiefe sind wichtige Qualitätsmerkmale. Die Glaubwürdigkeit betrifft auch Presstexte, die in allen Fakten zum Unternehmen passen müssen.

„Qualität und Lesbarkeit bilden Vertrauen und führen zu längerer Verweildauer auf einer Webseite. Damit sind persönliche Texte ein ideales Medium für Suchmaschinenoptimierung und ein Zeichen für Seriosität. Deshalb glaube ich, dass sich persönliches Urteilsvermögen und unternehmerische Details nicht replizieren lassen. Außerdem macht der persönliche Austausch Spaß und verbindet Menschen. Und gerade in der Masse von zunehmend automatisierten Inhalten werden Echtheit und Plausibilität immer wichtiger.“



Bildunterschrift:

Eignet sich Künstliche Intelligenz für Unternehmenstexte?

Bildrechte:

christin-hume/ unsplash.com

(Das Bild darf unter Angabe des Bildnachweises verwendet werden.)

Statistik:

Zeichen mit Leerzeichen: 3457

Wörter: 454

(Word- und Bilddatei im Anhang der E-Mail)

23.08.23 - Presstext / 3

Annette Dobesch

Pitch kurz:

Annette Dobesch schreibt Presse- und Imagetexte für Unternehmen, Cluster, Forschungseinrichtungen und Verlage.

Pitch lang:

Annette Dobesch, freie Texterin aus Augsburg, schreibt seit 2015 Presse- und Imagetexte für Unternehmen, Cluster, Forschungseinrichtungen und Verlage.

Profil:

Annette Dobesch ist freie Texterin aus Augsburg. Seit 2015 schreibt sie Presse- und Imagetexte für Unternehmen, Cluster, Forschungseinrichtungen und Verlage. Ihre Arbeit konzentriert sich auf Recherche und Erstellung von praxisorientierten Inhalten für Webseiten und Printmedien. Mit Presstexten und Fachartikeln berichtet sie über Expertenwissen. Persönliche Aussagen und Fakten vermittelt sie in authentisch geschriebenen Imagetexten. In Zusammenarbeit mit Verlagen und Werbeagenturen ergänzt sie das Editorial Design durch Inhaltsrecherchen, redaktionelles Schreiben und Editorial Text.

Pressekontakt:

Annette Dobesch
Spenglergäßchen 16 b
86152 Augsburg

T: 0151 61610582
presse@annette-dobesch.de
www.annette-dobesch.de
www.linkedin.com/in/annette-dobesch