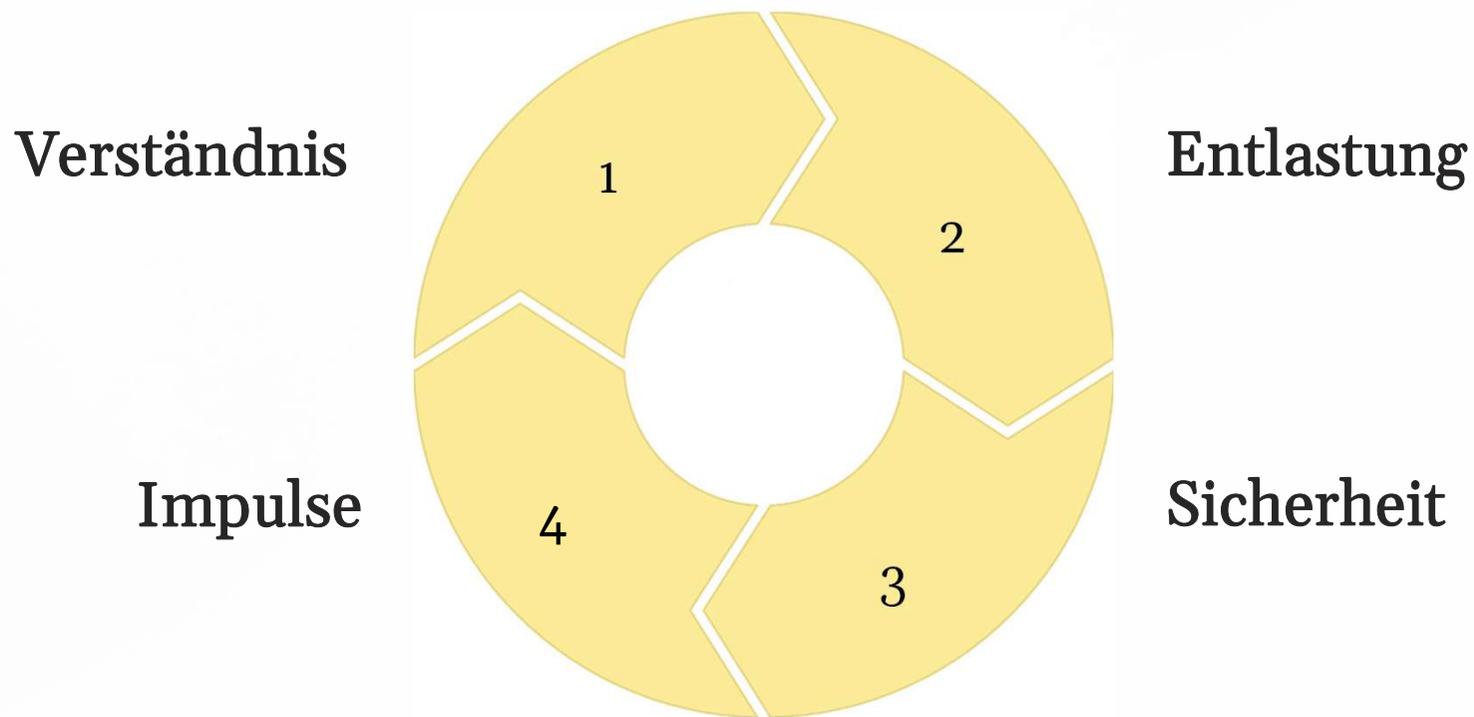


KI – und wo bleibt da der Mensch?

KI sinnvoll nutzen – ohne Menschlichkeit
zu verlieren

Von und mit Susanne Bengsch · Mindful Media

Was ihr heute mitnehmt:





Lasst uns ins Gespräch
kommen!

Mentimeter Code:
86531628

Beantworte die Fragen über Mentimeter



Ein Wort

Was verbindest du mit KI?



Nutzungshäufigkeit

Wie oft nutzt du KI beruflich?



Anwendungsbereiche

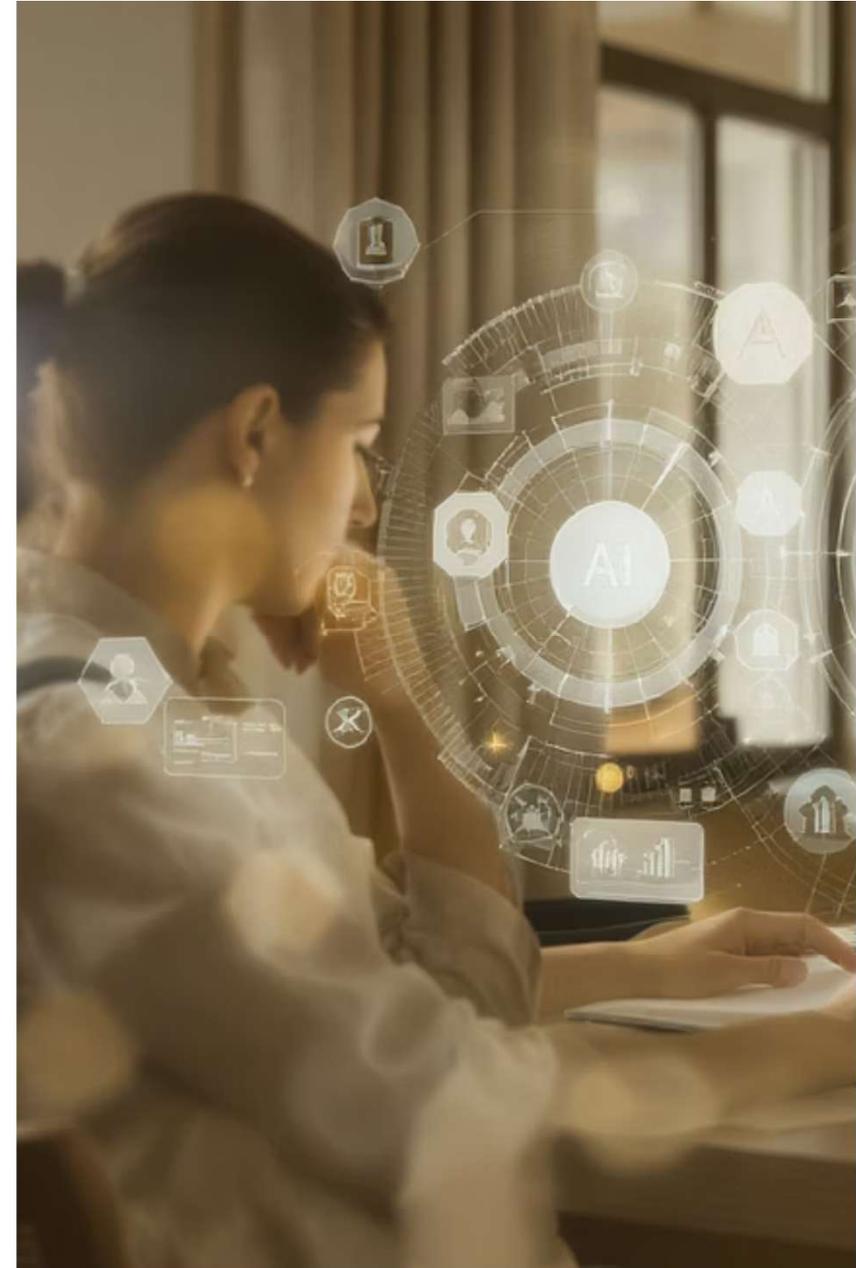
Wofür nutzt du KI? (Ideen, Analysen, Texte ...)



Menschliche Stärke

Was kannst DU, was KI niemals kann?

„KI verändert deinen Job –
aber nicht, deinen Wert“





Susanne Bengsch – KI Mentorin

fast 20 Jahre
Erfahrung in der
Medienvermarktung

Tiefe Verwurzelung
in der Radiover-
marktung

Heute: Mindful Media

Yogalehrerin

USP: Radioerfahrung + KI + Achtsamkeit

Urknall 2022 -

Generative KI wird **Mainstream**

ChatGPT's Sprint zu einer Million Nutzer:innen

Zeitraum, den Online-Dienste gebraucht haben, um eine Million Nutzer:innen zu erreichen



* 1 Mio. Unterstützer:innen ** 1 Mio. Übernachtungen *** 1 Mio. Downloads
Quelle: Unternehmensangaben via Business Insider/LinkedIn



statista

KI entwickelt sich rasant!

Künstliche Intelligenz:

Was ist das überhaupt?



KI ist längst Realität - Beispiele



- 1 Industrie & Produktion
- 2 Büro & Arbeitswelt
- 3 Gesundheitswesen
- 4 Verkehr & Mobilität
- 5 Alltag & Konsum



Auch in Radiosendern längst Realität



Wo KI heute schon im Radio genutzt wird - Beispiele

FFH

MODCAST AI

SAM AGAIN

ABSOLUT
RADIO AI

RADIO AD
MAKER

BIG GPT



Unsicherheit:

„Bin ich überflüssig?“



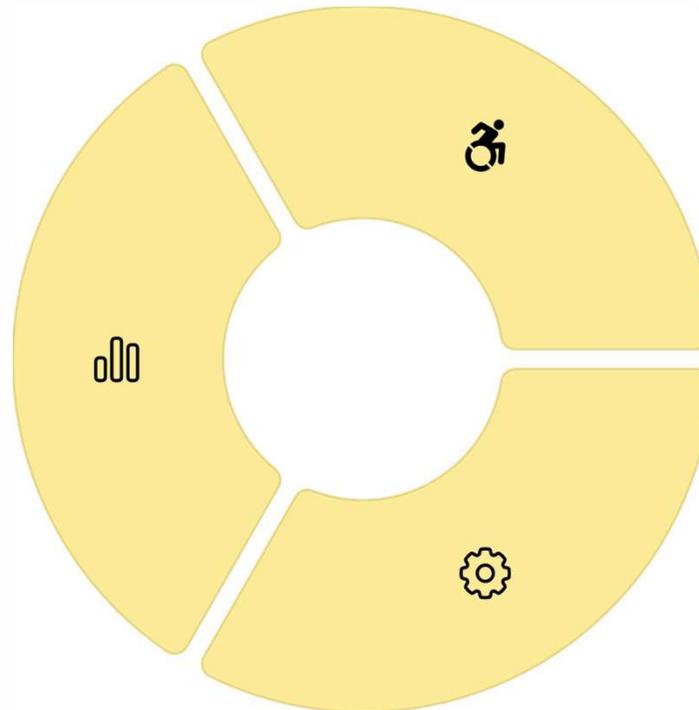
Live-Prompt #1

Prompt: „ChatGPT, was können die Menschen in diesem Raum, was du niemals können wirst?“

Hype oder echte Chance?

Schneller, präziser, gezielter arbeiten

Leistungsfähigkeit
*KI-Systeme übertreffen
menschliche Fähigkeiten in
vielen Bereichen*



Zugänglichkeit

*Einfache Nutzung ohne
technisches Fachwissen*

Vielfalt

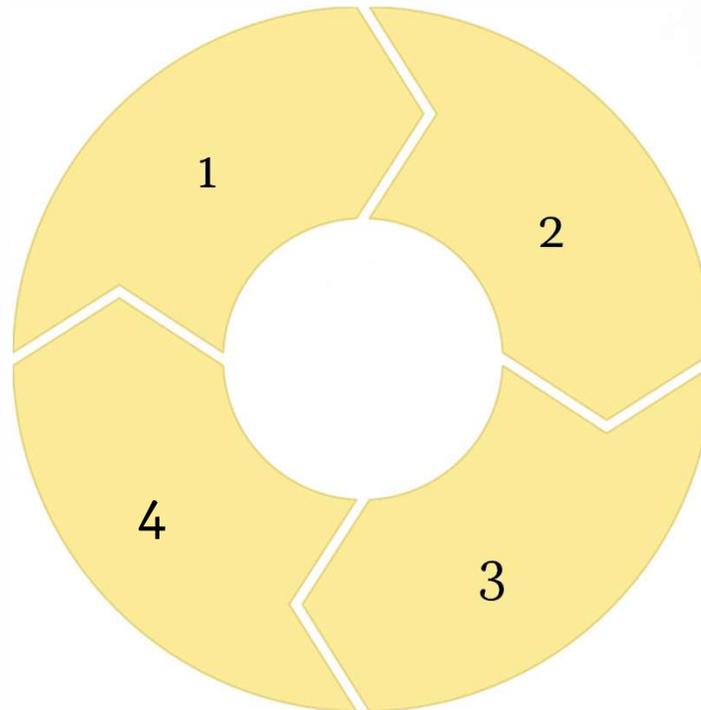
Zahlreiche Anwendungsgebiete

"Im Zeitalter der KI geht es nicht nur um Effizienz. Es geht nicht darum, was wir verlieren – sondern was wir an Möglichkeiten, Menschlichkeit & Sinn wieder gewinnen können."

Warum KI im Radio-Vertrieb?

Warum jetzt?
Tempo · Konkurrenz ·
Komplexität

Denn: KI liefert Input –
du lieferst Vertrauen.



Was bringt's?
Zeitgewinn · bessere
Argumente · mehr
Varianten

Wofür?
Mehr Fokus auf das
Kundengespräch



**KI ist kein Ersatz für Menschen –
sondern ein strategischer Partner**

Alles beginnt mit der
Strategie

Ohne Fundament wird KI nur
Spielerei





Das „Warum“ zählt

Ohne klares Warum = Spielerei

Die Implementierung von KI ohne strategische Zielsetzung führt zu oberflächlichen Ergebnissen ohne echten Mehrwert.



„Was passiert mit der frei gewordenen Zeit?“

FOBO: Fear of becoming obsolete

Technik ist nutzlos, wenn die Kultur nicht stimmt.

KI-Ambassadors einsetzen

Power User treiben die Bewegung an

Gewohnheiten

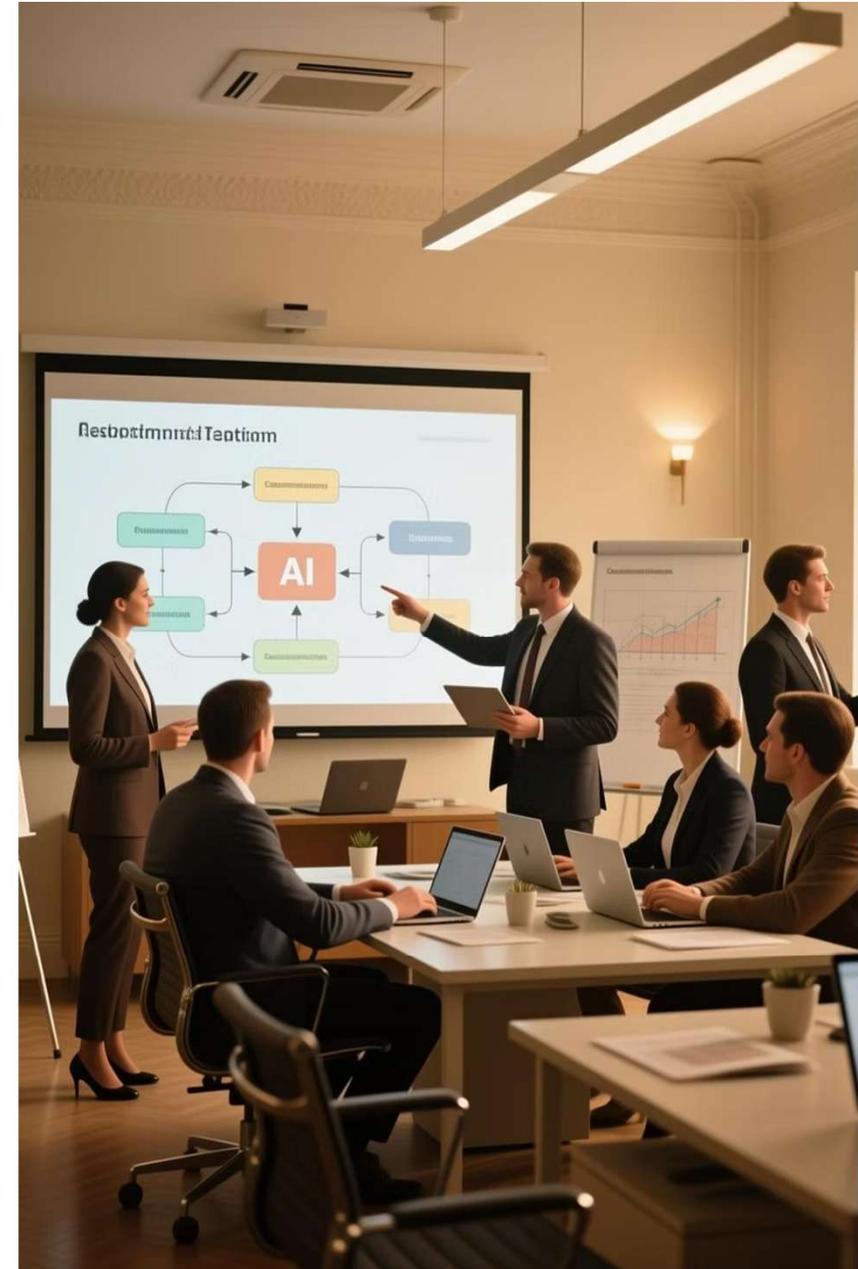
Erst Use, dann Case



Umsetzung - Adaption

Erfolgreiche Cases standardisieren

Bewährte Anwendungsfälle sollten dokumentiert und als Standards für ähnliche Herausforderungen etabliert werden.



Nicht allen überstülpen

1

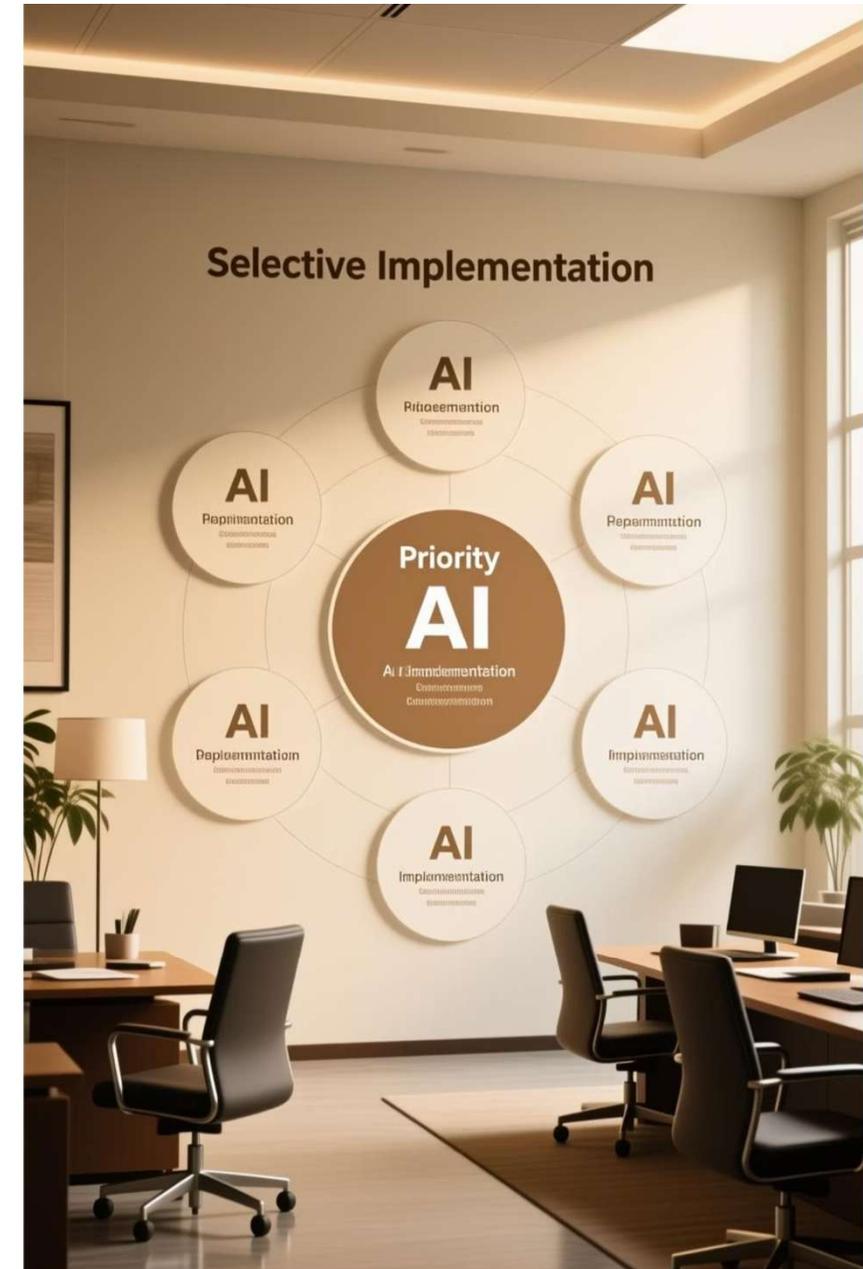
Fokus auf Bereiche mit Wert

Konzentrieren Sie Ihre KI-Implementierung auf die Abteilungen und Prozesse, die den größten Mehrwert daraus ziehen können.

2

Selektiver Einsatz

Nicht jeder Bereich benötigt dieselbe KI-Unterstützung. Identifizieren Sie die Bereiche mit dem höchsten Potenzial.



Vertriebsnahe Use Cases - Beispiele

Besser vorbereitet in den Termin

- Kundenrecherche in Minuten
- Zielgruppen-Insights & mögliche Einwände

Schneller Angebote entwickeln

- Text- und Präsentationsentwürfe
- Verkaufsstrategien & Argumentationshilfen

Mehr Ideen für Kundenkampagnen

- Spotttexte, Hooks, Varianten
- Content-Ideen für crossmediale Ansätze

Wie starten?



Starte klein

Den richtigen Anwendungsfall identifizieren



Prompt Canvas nutzen

Strukturierte Eingaben für optimale Ergebnisse



80/20 Prinzip anwenden

KI & Mensch

Niemand steigt in einem Tag auf den Mount Everest. Schritt für Schritt reicht. Wichtig ist, dass ihr anfangt – und die ersten Nutzen spürt



Werkzeugkasten - Mein Prompt Canvas

Perspektive

→ Welche Rolle soll die KI übernehmen?

Aufgabe/Anweisung

→ Was soll die KI machen?

Kontext/Ziel

→ Welche Infos braucht die KI, um sinnvoll zu antworten?

Ton & Stil

→ Wie soll die Antwort klingen?

Tabus

→ Was soll vermieden werden?

Formatierung

→ In welcher Form brauche ich das Ergebnis?

Prompt Qualität zählt

“Was sind die Vorteile von Radiowerbung?”

vs.

“Du bist erfahrener Mediaberater in (Region). Mein Kunde ist ein (Branche/Kundentyp). Ziel: (z. B. mehr Frequenz im Geschäft / mehr Online-Buchungen / Abverkauf steigern). Erstelle 3 Vorteile für Radiowerbung mit lokalem Bezug, die genau zu diesem Kunden passen. Formatiere die Antwort in einer Tabelle mit Spalte 1 = Vorteil, Spalte 2 = konkreter Gesprächseinstieg/CTA.“



Tipp: Betrachte die KI als Gesprächspartner

Magie entsteht, wenn man sich einlässt

- **Rolle:** Du bist ein:e erfahrene:r Radiospot-Konzepter:in bei Radio NRW.
- **Aufgabe:** Entwickle 5 originelle, radiotaugliche Rohideen für einen 20-Sekunden-Spot für **Möbel ROLLER**, basierend auf der aktuellen Kampagne „**Spar dir 'nen Rolf**“.
 - **Anschließend:** Wähle die 2 stärksten Ideen aus und formuliere je einen vollständigen Spotttext (max. 20 Sek.), inkl.: Vorschlägen für **Sprecherrollen** (m/w/d, Tonalität, Alter), passenden **Soundeffekten (SFX)**, **Call-to-Action**, der motiviert, aber nicht plump ist
- **Kontext:**
 - **Zielgruppe:** Menschen in NRW (du kannst je eine Version z. B. auf junge Familien, Studierende oder Best Ager zuschneiden – wähle, was dramaturgisch am besten passt)
 - **Abnahmekriterien:** originell & kreativ, rechtlich unbedenklich, klarer Nutzen für Hörer:innen, CTA mit Mehrwert
- **Tonfall & Markenfit:** freundlich, frech, vertrauensbildend
 - **Wortanker (integrieren):** Sparen, Rollen, Möbelliebe
- **Tabus:** Preisnennung oder Rabatte, Floskeln wie „Jetzt zugreifen“, Fachbegriffe aus dem Möbelhandel
- **Format der Antwort:** **Ideenliste mit Kurzbegründung (5 Punkte)**, **Spotttext je Idee (2x)** mit: Titel der Spotidee, Sprecherrollen & Tonlage, SFX-Vorschläge, vollständigem Spotttext



KI entlastet zwar – sie ersetzt
aber nicht dein Denken

Tipp: Denke vom Anwendungsfall her

KI für Kundenvorbereitung

Rolle: Du bist erfahrener Marktforscher mit Schwerpunkt Handelsmarketing. **Kontext:** Mein Kunde ist *Möbel Roller* (Filialmöbelhandel, Discount-orientiert, nutzt aktuell Prospekt, Plakat, Social Media).
Problem: Rückgang der Laufkundschaft in den Filialen.

Aufgabe:

Analysiere typische Marketingziele eines Möbel-Discounters mit rückläufiger Frequenz.

Fokussiere auf 5 Ziele, die besonders gut mit **Radiowerbung + Sender-Webseite + Social Media des Senders** adressiert werden können.

Ergänze zu jedem Ziel einen praxisnahen, verständlichen **Gesprächseinstieg**, den ich als Mediaberater im Erstkontakt nutzen kann – möglichst in Form einer konkreten Frage oder Beobachtung, die das Problem des Kunden aufgreift.

Format: Tabelle mit zwei Spalten:

Spalte 1: Marketingziel

Spalte 2: Gesprächseinstieg (freundlich, verständlich, kundenorientiert)

Tipps & Tricks:

Lass Dir den Prompt von Chat GPT schreiben:

#Prompt:

Du bist Experte für Prompt Engineering. Schreibe mir einen optimalen Prompt, um eine Angebotsbaustein zu entwickeln. Der Prompt soll folgende Elemente enthalten: Rolle, Aufgabe, Kontext, Beispiel, Format, Zielgruppe. Befolge die wichtigsten Prompting Best Practices.

Denkmuster durchbrechen -
Wissen anzapfen



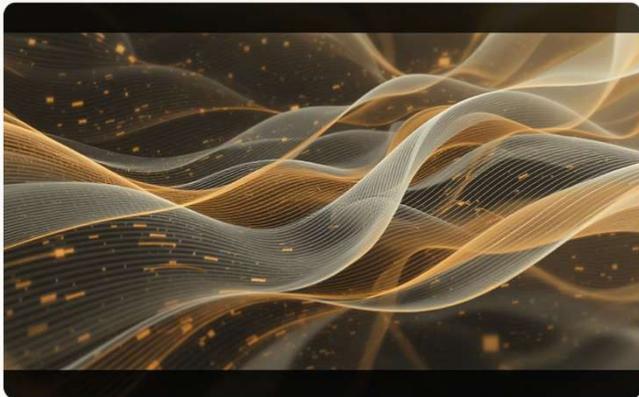
KI kann auch Psychologie

PROMPT:

„Ein Kunde sagt: *„Radio funktioniert nicht mehr für uns.“* Analysiere, was er damit wirklich meinen könnte, und gib mir 5 mögliche Interpretationen. Formuliere zu jeder Interpretation eine präzise Nachfrage-Frage, die ich im Gespräch stellen kann, um das tatsächliche Problem zu verstehen. Halte die Antworten kurz, praxisnah und auf Mediaberatung zugeschnitten.“

"KI ist kein Allheilmittel. Aber sie ist ein Werkzeug, das euch entlastet – wenn ihr sie bewusst und sinnvoll einsetzt."

KI vs. HI (Human Intelligence)



KI = Tempo, Varianten,
Effizienz



HI = Kontext, Empathie,
Verantwortung



Erfolgreich wird's nur im
Zusammenspiel

KI-Müdigkeit & Perfektionismus



Euphorie



Überforderung



Balance

Bewusstsein schaffen

Pause = Klarheit

Nicht jedem Tool/Hype
folgen

Bewusst entscheiden
statt erschöpfen

KI, Gesellschaft & Ethik



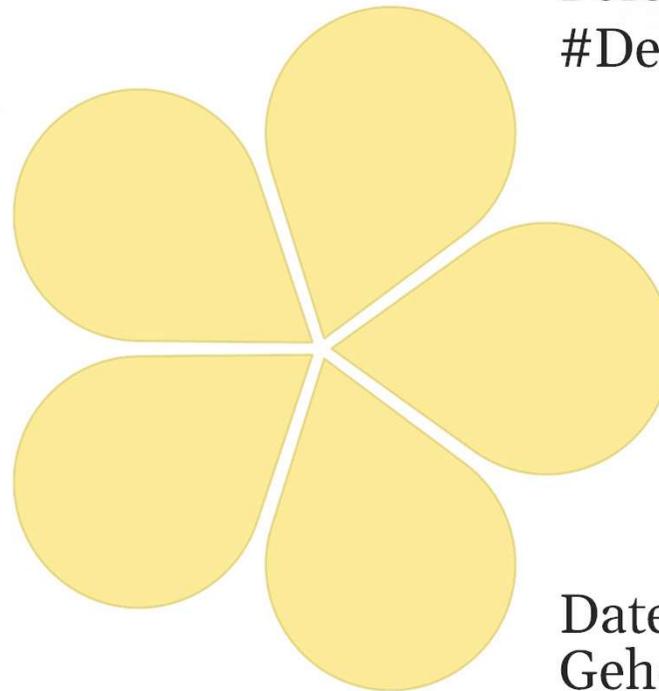
Die Realität verschwimmt



Risiken

Arbeitsplatzverluste &
Ungleichheit

Abhängigkeit von
Blackbox-Systemen



Urheber- &
Persönlichkeitsrechte
#DeepFake

Halluzinationen &
Falschangaben

Datensicherheit &
Geheimhaltung

Verantwortung übernehmen

EU AI Act

Faktencheck

Vier-Augen-Prinzip

Transparenz

Bildung & Medienkompetenz stärken

*„Der Mensch ist der Dirigent
– KI das Orchester.“*





Live-Prompt #2 (Kaffee-Demo)

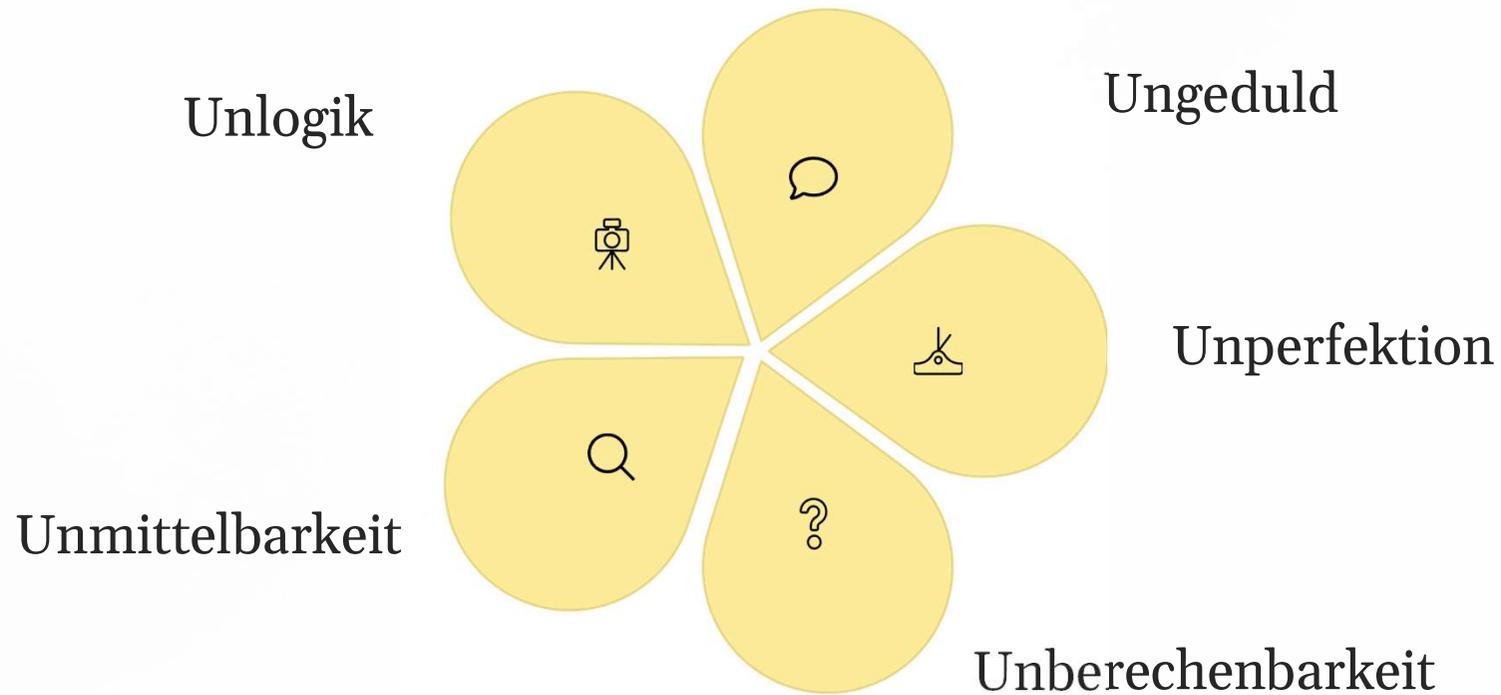
Prompt: Erkläre mir, wie der Kaffee schmeckt, den der Moderator gerade im Studio trinkt. Dann erkläre mir, warum du das nicht kannst. Dann erkläre mir, was ein Mensch in dieser Situation anders machen würde. Und dann sage mir: Was ist der fundamentale Unterschied zwischen dir und einem Menschen im Radiostudio?

Sei brutal ehrlich.



Abschluss & Reflexion

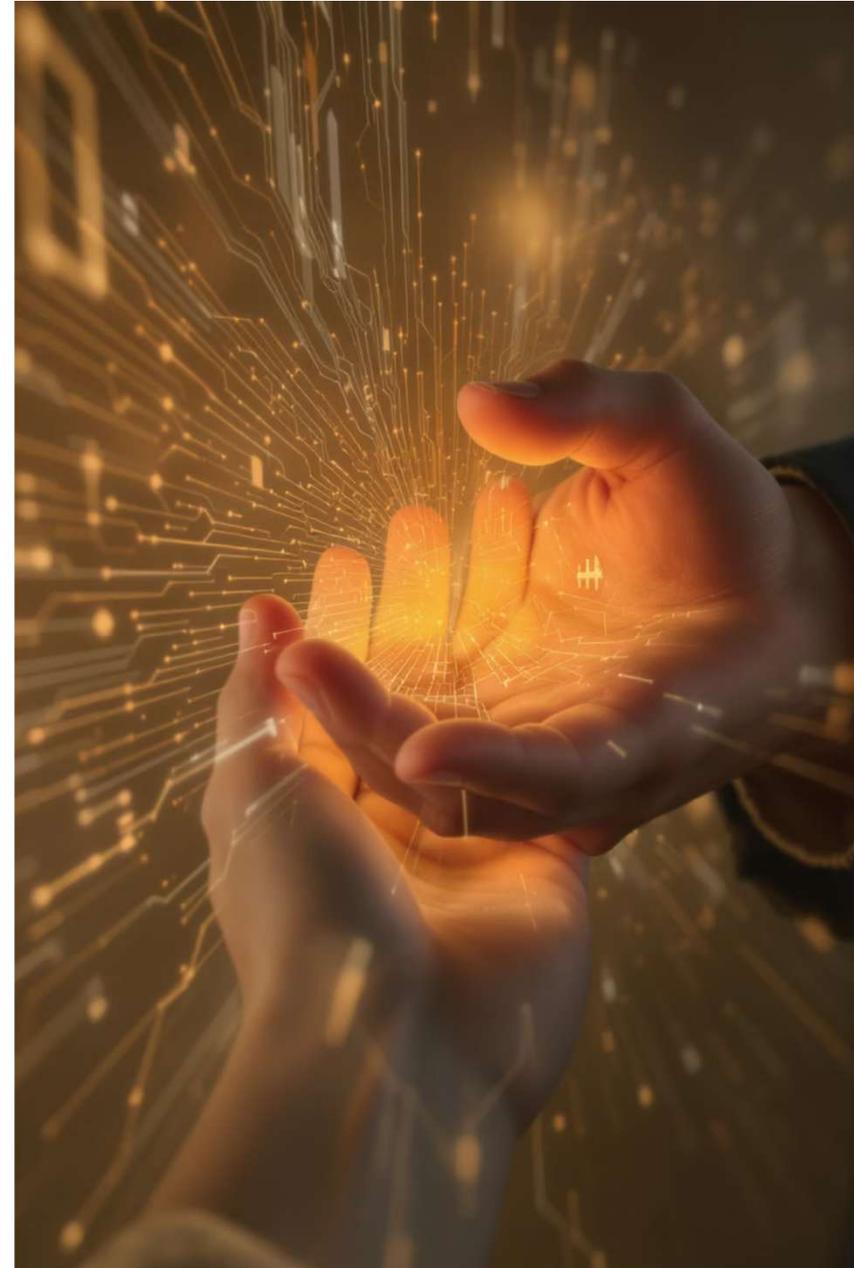
Zukunftskompetenzen- Die "5 „Un-Kopierbaren“



Rollen verschieben sich:

*Der Mensch wird zum
Beziehungsmanager.*

Die KI zum unsichtbaren Assistenten.



Top 6 Prinzipien

**KI ist ein Gespräch,
kein Automat → Stelle
Fragen so, wie du sie
auch einem Kollegen
stellen würdest.**

**Shit in – Shit out →
Gute Antworten
entstehen nur aus
klaren, präzisen
Fragen.**

**Kontext schlägt
Technik → Beschreibe
Situationen, Ziele und
Rollen ganz genau –
dann versteht KI dich
besser.**

**Mensch bleibt
Prüfinstanz → Immer
validieren, ob die KI
richtig liegt – Fakten
checken.**

**Pareto-Prinzip nutzen
→ 80 % reichen oft –
den Rest veredelst du
selbst.**

**Beweglich bleiben
→ KI hilft nur, wenn
wir unsere Denkweise
flexibel halten**

A woman wearing a large straw hat and sunglasses is applying sunscreen to the shoulder of a young child. The child is also wearing sunglasses and holding a blue spray bottle. They are on a sandy beach with the ocean and a cloudy sky in the background.

"KI weiß, wo die Sonne scheint, aber nicht, wie Sonnencreme riecht." (Woman 9/25)

Thank
you!

Susanne Bengsch
Mindful Media
susanne@mindfulmedia.at
+49170/7604466
www.mindfulmedia.at

