

Content Strategie im Zeitalter von KI

Warum strategisches Denken jetzt
wichtiger ist denn je.

Dr. Esther Galliker, Dr. Nadine Stutz, Martin Jungfer

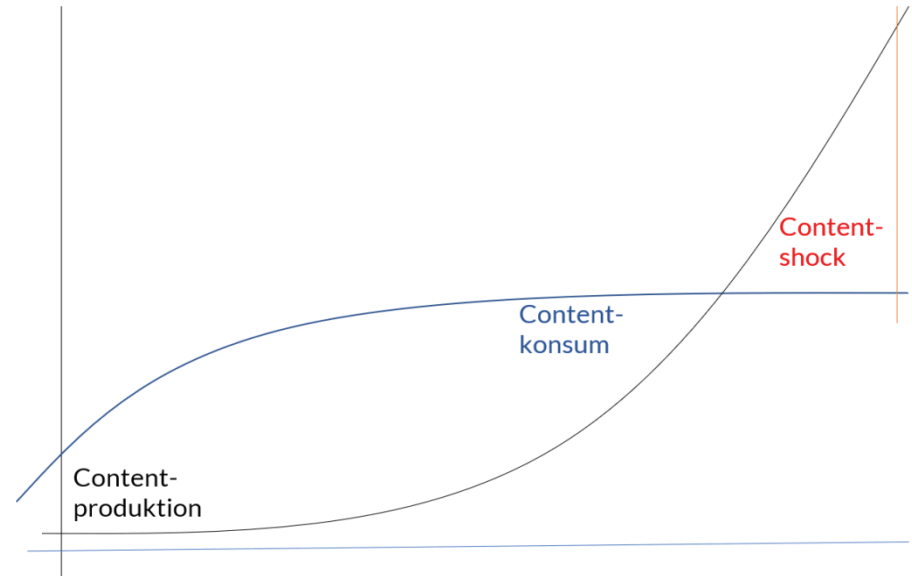
Wirtschaft
3. Juni 2025

FH Zentralschweiz



Mehr Lärm – Wenig Strategie

Zu viele Inhalte prasseln auf unterschiedlichen Plattformen auf uns ein. Wir scannen nur noch Fragmente und sind gefangen im digitalen Lärm und im Content Shock.



Authentizität und Expertise

Generative KI-Inhalte führen zu Mittelmass. Es braucht strategisches Denken, Authentizität und menschliche Expertise statt oberflächlichem KI-Content.

 | RESEARCH ARTICLE | COMPUTER SCIENCE



Generative AI enhances individual creativity but reduces the collective diversity of novel content

ANIL R. DOSHI  AND OLIVER P. HAUSER  [Authors Info & Affiliations](#)

SCIENCE ADVANCES • 12 Jul 2024 • Vol 10, Issue 28 • DOI: 10.1126/sciadv.adn5290

Menschen werden müde von KI-generierten Inhalten

Neben der Standardisierung von Sprache und Ausdruck zeigt sich ein weiteres Problem: Die menschliche Perspektive verschwindet zunehmend aus den erstellten Texten. KI-Inhaltsersteller sind in der Lage, hochwertige Inhalte zu erstellen, doch sie wirken oft steril und von menschlicher Erfahrung losgelöst. Leser fühlen sich vermehrt wieder zu authentischen menschlichen Perspektiven hingezogen, um den Kontext und die Person hinter Meinungen zu verstehen. Die

Strategie wird relevanter

Aktuelle Studien zeigen, dass Unternehmen ihre Inhalte immer noch zu wenig strategisch entwickeln und ausspielen. Strategisches Denken rückt in den Fokus.



„KI und Krempel. Ohne Strategie ist Content nur Krempel. Und die Welt hat genug Krempel.“

Arjun Basu (Kanadischer Schriftsteller)

Content-Strategie im Zeitalter von KI – Warum strategisches Denken jetzt wichtiger ist denn je

Content-Strategie



Reichweite, Relevanz und Expertise wie in Special-Interest-Magazinen.



Unabhängigkeit von Herstellern, Lieferanten, Marken und internen Stakeholdern.



Massgeblicher Beitrag zur Markenidentität und Kundenbindung.

Von «ganz oben» gewollt und unterstützt

«Unsere Redaktorinnen und Redaktoren agieren unabhängig. Deshalb ist es auch schon zu Konflikten mit den Einkäufern gekommen, die dann auf ihrer Ware sitzengeblieben sind.»



Anti-Werbung als Konzept



PRODUKTTTEST

♥ 14 💬 4

Guetzli in Form einer 3D-Baumnuss! Warum?

Open in ERP



Judith Erdin
20.5.2025

Bilder: Judith Erdin

Ein Extra-Gerät für Guetzli in Form einer Baumnuss? Als ehemalige Bäckerin-Konditorin frage ich mich: Wer braucht sowas? Und vor allem: Kann das tatsächlich was?

Fazit

★★★★★

Fancy Guetzli, mittelmässiges Gerät

Ganz ehrlich: Es ist schon lustig und irgendwie auch knuffig, so eine kleine, essbare Guetzli-Baumnuss in den Fingern zu halten. Und wer ein bisschen googelt, findet auch einige Rezepte für diese russischen Zaubernüsse (Oreschki), die im Original mit einer Karamellcreme gefüllt sind. Wer den Aufwand und ungleichmässig gebackene Guetzli nicht scheut, könnte also tatsächlich Freude an einem solchen Gerät haben. Mich überzeugt jedoch die Qualität des Plätzchenmakers «Oreshki Walnuss» von Adler Europe nicht.

- | | |
|---|---|
| <p>+ hübsche, aussergewöhnliche Guetzliform</p> | <p>– Guetzli bräunen nicht gleichmässig</p> <p>– viel Aufwand, wenig Ertrag</p> <p>– viel Guetzli-Abfall</p> <p>– viel Gekrümel und Putzaufwand</p> |
|---|---|

Anti-Werbung als Konzept



PRODUKTTEST

Die AR-Brille AirVision M1 überzeugt mich nicht

von Kevin Hofer



PRODUKTTEST

Yogamatte «Glue» von Omnana:
Wie rutschfest ist sie wirklich?

von Anika Schulz



PRODUKTTEST

Der «Body Groomer Series 7»
von Braun im Test: Tragödie in
fünf Akten

von Stephan Lamprecht

Liebe aus der Community



Perückenschaf

vor 2 Monaten



+13



Erstaunlich, wie ehrlich hier die Produkttests sind. Ich habe mal bei einer großen Regionalzeitung gearbeitet, da durfte man keinen kritischen Artikel (egal zu welchem Thema) schreiben, weil es vielleicht einem Abonnenten nicht gefallen könnte.

Strenggenommen ist Galaxus ehrlicher und glaubwürdiger als so manche Zeitung. Respekt! Da ziehe ich meinen Hut.

Voraussetzungen

Ressourcen

Expertise

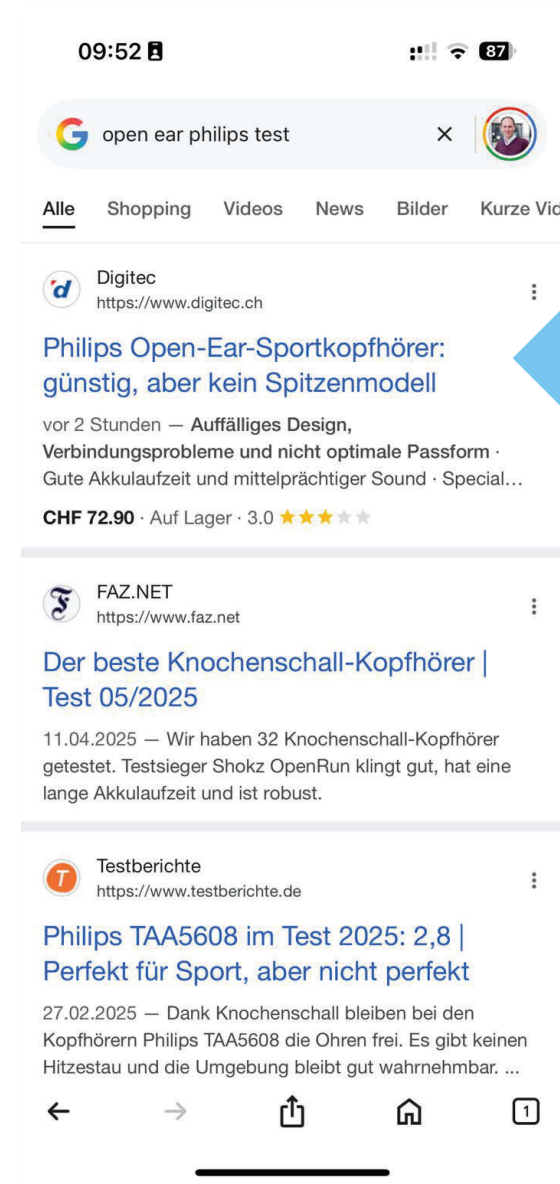
Commitment

Kreativität

Ausdauer

Authentizität

KI kann auch Content



KI und Glaubwürdigkeit



Fragen?

Lust auf mehr #brainfood?

WBK «Content Strategie und Planung»

- Grundlagen einer Inhaltsstrategie
- Themenzentrierte Kommunikation und planbare Kommunikation
- Corporate Newsroom, Themen- und Kanal-Architektur, Rollen, Prozesse, Gremien

Start: 29. August 2025

Kurs über 8 Wochen, 8 Tage Unterricht plus Selbststudium, Abschlussarbeit, 5 ECTS-Punkte

Anmeldung und Informationen unter:
hslu.ch/cs

WBK «Content Creation und Distribution»

- Zielgruppen- und plattformgerechte Umsetzung von Inhalten
- Crossmedia Storytelling
- Cross Channel Distribution

Start: 24. Oktober 2025

Kurs über 8 Wochen, 10 Tage Unterricht plus Selbststudium, Abschlussarbeit, 5 ECTS-Punkte

Anmeldung und Informationen unter:
hslu.ch/cd

Lust auf mehr #brainfood?

CAS «Strategic and Corporate Communication»

- Strategische Grundlagen
- Stakeholder-Management
- Digitale Kommunikation
- Krisen vermeiden und meistern

Start: Herbst: 29. August 2025

Anmeldung und Informationen unter:
hslu.ch/scc

2-tägiger Fachkurs «Die Zukunft von SEO: Optimierung für KI und LLMs»

Mittwoch & Donnerstag 2./3. Juli 2025
Dienstag & Mittwoch 14./15. Oktober 2025

Anmeldung und Informationen unter:
[Fachkurs Die Zukunft von SEO](#)

NEU

Vielen Dank für euer Interesse!

Hochschule Luzern
Institut für Kommunikation und Marketing IKM

Dr. Nadine Stutz
Dozentin

+41 41 228 99 66
nadine.stutz@hslu.ch

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

Hochschule Luzern
Institut für Kommunikation und Marketing IKM

Dr. Esther Galliker
Dozentin

+41 41 228 41 22
esther.galliker@hslu.ch