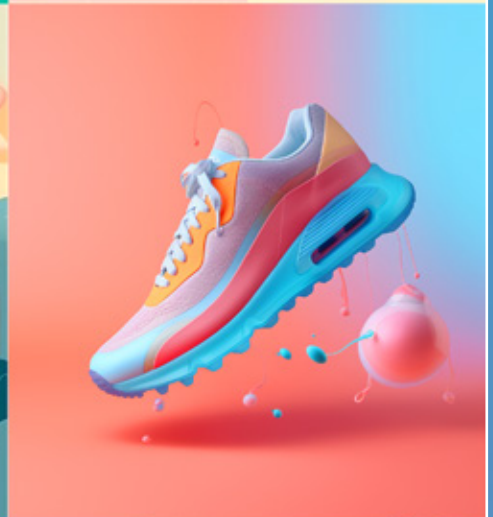


StaffelNews



Das Printprodukt

Wie effizient ist gedruckte Werbung heute?

Künstliche Intelligenz

Welche Chancen und Risiken birgt der Einsatz von KI?

3D-Visualisierung

Produkterenderings für eine einheitliche und realistische Darstellung.

Wir haben ein neues
Outfit. Schauen Sie bei
uns vorbei!



30 JAHRE WANDEL IN DER DRUCKINDUSTRIE

Liebe Leserinnen, liebe Leser

In diesem Jahr feiere ich mein 30-Jahre-Jubiläum bei der Staffel Medien AG und möchte die Gelegenheit nutzen, auf die vielen Veränderungen in der Branche in den letzten Jahrzehnten zurückzublicken.

Als ich 1993 in die Welt der Druckerei eintrat, war das Kerngeschäft hauptsächlich der Offsetdruck, wenige Jahre später kam der Digitaldruck dazu, der seit vielen Jahren ein unverzichtbarer Bestandteil unseres Angebots ist.

Auch das World Wide Web feiert in diesem Jahr, wie ich, sein 30-Jahre-Jubiläum und hat unsere Branche massgeblich beeinflusst. Das Internet hat uns neue Möglichkeiten eröffnet, unseren Kunden neue digitale Dienstleistungen anzubieten und diese einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Die digitale Welt war geboren!

Der Fokus der grafischen Branche verschiebt sich ständig. Ein aktueller Schwer-

punkt, der auch vor uns nicht Halt macht, ist die Künstliche Intelligenz (KI), der wir uns in dieser Ausgabe auch widmen.

Es ist faszinierend zu sehen, wie sich unsere Branche in den letzten 30 Jahren verändert hat, und ich bin stolz, ein Teil davon zu sein. Ich bin gespannt, wohin uns die Zukunft führen wird und welche spannenden Entwicklungen und Möglichkeiten noch auf uns warten.

An dieser Stelle möchte ich mich bei all unseren Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten bedanken, die mir und der Staffel Medien AG in den letzten Jahren ihr Vertrauen geschenkt haben. Ohne Ihre Unterstützung wären all unsere Meilensteine nicht möglich gewesen. Wir sind stolz, Sie auch weiterhin mit unseren Dienstleistungen unterstützen zu dürfen und freuen uns auf eine erfolgreiche Zukunft mit Ihnen.

Ich wünsche nun viel Spass beim Lesen.



Ralf Weissbaum
Geschäftsleiter

Ralf Weissbaum



WIR GRATULIEREN UND SAGEN DANKE

25 und 30 Jahre – zwei stolze Jubiläen, die wir in diesem Jahr feiern dürfen.

Annette Weissbaum

1993 trat Ralf Weissbaum in das Unternehmen ein. Als Bankkaufmann lernte er das «grafische Business» von der Pike auf und durchlief alle Stationen im Unternehmen, bevor er im Jahr 1998 die Geschäftsleitung übernahm.

1998 hatte Zarko Markovic seinen ersten Arbeitstag als Druckereimitarbeiter bei uns. Schon bald wechselte er in den Digitaldruck und hat diese Abteilung seit 25 Jahren nicht mehr verlassen. Für uns ist Zarko der «Pionier» des Digitaldrucks. Sein Fachwissen und seine Loyalität sind unverzichtbar.

Zarko, kannst du uns kurz deine «Laufbahn» bei uns erläutern?

Ich erinnere mich gut an das erste herzliche Gespräch mit Albert Weissbaum Ende 1997. Mein erster Arbeitstag war der 1. März 1998. In den ersten Monaten arbeitete ich im Papierlager, bereitete Papier für die Offsetdruckmaschinen vor, half beim Druckplattenwechsel und in der Weiterverarbeitung. Ausserdem habe ich an den Falzmaschinen gearbeitet und Papier auf den Sammelhefter eingelegt, so dass ich in kurzer Zeit viel über Papier gelernt habe. Die Arbeit an den Druckmaschinen interessierte mich als gelernten Elektrotechniker besonders, da die Druck-

maschinen mit vielen elektrischen Bauteilen gefüllt sind. So begann ich im Herbst 1998 mit der Ausbildung an der ZP101. Die damalige Digitaldruckabteilung war noch zusammen mit der Druckvorstufe und dem CTP (Computer-to-Plate-Belichter). Papier und Verbrauchsmaterialien wurden täglich von mir dorthin geliefert. Im Winter 1998 merkte ich, dass im Digitaldruck die Aufträge zunahmen. Deshalb haben mich Albert und Ralf zu einem Gespräch eingeladen und mich gefragt, ob ich in die Digitaldruckabteilung wechseln möchte. Ich habe gerne zugesagt.

Seit 25 Jahren bist du ein sehr treuer Mitarbeiter. Was genau verbindet du mit der Firma?

Vertrauen. Schon in den ersten Tagen bei Staffel Druck habe ich gemerkt, dass Albert und Ralf mir sehr viel Vertrauen entgegenbringen. Das hat mich sehr motiviert. Ausserdem habe ich durch die Arbeit viele Freunde gefunden und viele nette Menschen kennengelernt.

Ralf, du bist heute Geschäftsleiter bzw. Inhaber. In welcher Position hast du vor 30 Jahren gestartet?

Ich startete im VID, dem Verkauf Innendienst, wie wir diese Abteilung früher nannten.

Ralf, was hat sich in den 30 Jahren verändert und was ist vielleicht sogar gleichgeblieben?

Geändert, und dies gleich mehrfach, haben sich die Druck-Technologien, insbesondere der Digitaldruck, der dem Offsetdruck mittlerweile grosse Konkurrenz macht, und die Automatisierung in der Vorstufe und der Druckweiterverarbeitung. Gleich geblieben ist hingegen der Wunsch der Menschen, auch persönlich betreut und beraten zu werden.

An welches Highlight in all den Jahren erinnert ihr euch?

Zarko:

Seit 1998 führe ich eine Statistik über alle Digitaldrucksysteme, mit denen ich gearbeitet habe. Darin ist die Gesamtzahl aller Kopien oder Klicks vermerkt. Gerne erstelle ich am Jahresende eine Übersicht für das vergangene Jahr und gebe sie an Ralf weiter. Inzwischen sind es über 220 Millionen Kopien oder über 150 Millionen Blatt A4. Und seit letztem Jahr arbeite ich bereits mit der dritten Generation der Familie Weissbaum – Albert, Ralf und Thierry.

Ralf:

Oh, ich hatte viele und einige waren auch sehr prägend. Da war zum einen die Installation des Schwarz-Weiss-High-End-Digitaldrucks im Jahre 1994, die Basis unserer heutigen mächtigen Digitalproduktion, unser erster Film- und Druckplattenbelichter ab 1998, der Wechsel unserer Branchensoftware von DOS auf eine Windows-Version im Jahre 2000 und die Einführung vom Redaktionssystem und der ersten b2b-Webshop-Lösung für unsere Kunden ab 2008.

Dann war da noch die prägende Namensänderung von Staffel Druck AG in Staffel Medien AG Ende 2014 und ein ganz starkes Signal war sicher der Wegzug von der Staffelstrasse 12, dem Ort, wo 1991 alles begann.

Wenn ihr jetzt nochmal zurückblickt, was ist das Wichtigste, das ihr in eurer Zeit bei der Staffel Medien AG gelernt habt?

Zarko:

Für mich war es sehr wichtig, jedes neue Digitaldrucksystem, das ins Unternehmen kam, bis ins Detail zu kennen. Das betrifft die Hardware, die Produktionssoftware und die verschiedenen Druckmaterialien. Dieses Detailwissen ist sehr wichtig, um eine reibungslose Produktion zu gewährleisten und eventuelle Probleme schnellstmöglich zu beheben.

Ralf:

Nicht stehen bleiben. Viele Firmen sind verschwunden oder aufgekauft worden, weil sie den Wandel der Zeit, und damit die einhergehenden Veränderungen, vielleicht lesen, aber nicht auf ihre bestehenden oder zusätzlichen Geschäftsfelder umlegen konnten, sprich, den Sprung in die fortwährende Digitalisierung und Automatisierung für und mit den Kunden nicht schafften.

Was ist euer persönlicher Wunsch für die Zukunft?

Zarko:

In Frieden und Gesundheit bis zur Rente arbeiten.

Ralf:

Ich wünsche mir interessierte und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mit Annette und mir unser Unternehmen weiterentwickeln und ein Umfeld schaffen, dass wir auch zukünftig zufrieden und erfolgreich am Markt tätig sind.

Letzte Frage, würdet ihr euch heute wieder für Staffel Medien AG entscheiden – oder lieber etwas ganz anderes machen, zum Beispiel als Koch oder als Astronaut?

Zarko:

Astronaut, wenn mir das gleiche Vertrauen entgegengebracht wird wie damals in der Staffel Druck.

Ralf:

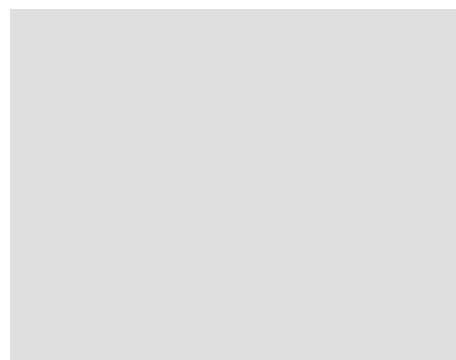
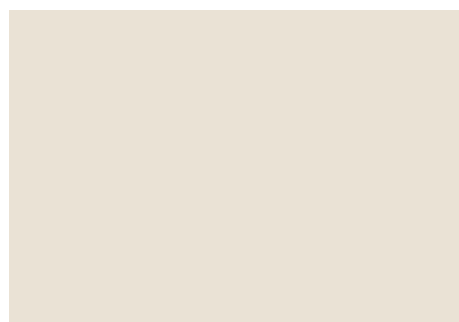
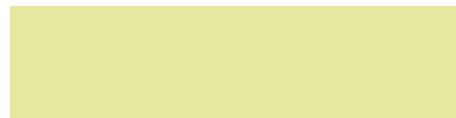
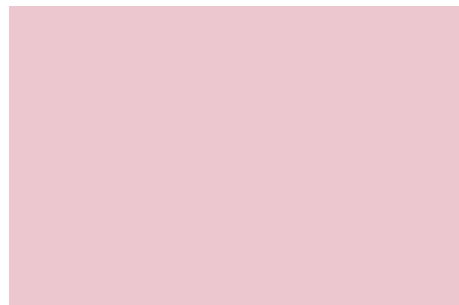
Als Koch wäre ich wahrscheinlich Übergewichtig geworden und als Astronaut zu lange und zu weit weg von meinen Liebsten.

Spass beiseite, was ich heute leben und auch ausleben darf, ist für mich einmalig und erfüllt mich mit Freude. Natürlich ist der Alltag oft kein Zuckerschlecken – ist es aber in keinem anderen Metier.

Es war meine Entscheidung, vor 30 Jahren in das grafische Gewerbe zu wechseln, und ich bereue diesen Schritt auf keinen Fall. Ich habe viele tolle Menschen kennengelernt und mit ihnen ebensolche Projekte erfolgreich umgesetzt, was mich bereichert. Ich würde mich wieder so entscheiden.

DAS PRINTPRODUKT – CHAMPION ODER LOSER?

Werbung begegnet uns täglich und überall.
Wie effizient ist gedruckte Werbung heute im Wettbewerb mit digitaler Werbung?



Annette Weissbaum

Jeder von uns erhält gedruckte Botschaften unterschiedlichster Art, seien es Briefe, Magazine, Flyer oder Mailings. Sie haben oft einen höheren Erinnerungswert. Selbst bei belangloser Printwerbung merkt man sich den Absender besser als bei Onlinewerbung.

Studien zeigen, dass sich der Durchschnittsmensch an eine gedruckte Information erheblich besser erinnert als an eine digital kommunizierte Botschaft. Zudem ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass der Empfänger auf das Druckprodukt reagiert und sich damit beschäftigt. Ein klarer Trumpf von Printprodukten.

Weshalb ist das so? Ein Grund dafür ist die Menge an digitaler Kommunikation, die täglich auf uns einprasselt. Wir werden von digitalen Informationen überflutet. Wir überfliegen den Text und klicken weiter. Wie heisst es so schön «Aus den Augen aus dem Sinn». Wir zeigen drei Vorteile auf, warum Print so viel effektiver ist.



1. Die Haptik – sinnliches Erlebnis

Wir können das Printprodukt anfassen und manchmal sogar riechen. Die Haptik ist eine nicht zu unterschätzende Eigenschaft. Beim Anfassen spüren wir die Grösse, die Konturen, die Oberflächenbeschaffenheit und das Gewicht. Papier mit einer speziellen Oberfläche und ausgeprägten Eigenschaften weckt Emotionen.

Das ist bei digitalen Informationen nicht der Fall, denn wir können diese weder anfassen noch riechen. Wir sehen sie lediglich auf einem Bildschirm.



2. Vorteile des Lesens auf Papier

Beim Lesen auf Papier gibt es weniger Ablenkungen als beim Lesen am Bildschirm, was dazu beiträgt, dass man sich besser auf den Text konzentrieren kann.

Studien belegen, dass das Lesen auf Papier besser geeignet ist, um Informationen zu verarbeiten und zu verstehen. Die haptische Erfahrung, die mit dem Lesen auf Papier verbunden ist, wie das Umblättern von Seiten, das Markieren von Texten und das Schreiben von Notizen, trägt dazu bei, das Gelesene besser im Gedächtnis zu verankern.

Beim Lesen am Bildschirm ist die Gefahr von Ablenkungen und Unterbrechungen grösser. Pop-up-Fenster, Benachrichtigungen, E-Mails oder Social Media können die Aufmerksamkeit ablenken und das Lesen erschweren.



3. Ein Printprodukt bleibt liegen

Laut einer Studie wird ein gedrucktes Medium zwischen 10 und 30 Tagen aufbewahrt. Das hat den Vorteil, dass es in dieser Zeit von mehreren Personen gesehen

wird und der Empfänger selbst dem Printprodukt immer wieder begegnet. Dadurch wird die anfängliche Bindung verstärkt. Im Gegensatz dazu werden E-Mails oft gelöscht oder Werbung in Social Media verschwindet, bevor sie überhaupt gelesen wurde. Die Informationsflut führt also dazu, dass die Wahrscheinlichkeit, dass sich der Empfänger mit der E-Mail mit dem gleichen Engagement auseinandersetzt wie mit dem gedruckten Werbemittel, deutlich geringer ist. Letzteres liegt irgendwo in Reichweite.



Auf den richtigen Mix kommt es an

Für uns ist Print klar der «Champion». Aber Print und Digital schliessen sich bekanntlich nicht aus. Ihr Erfolg ist garantiert, wenn Sie die Vorteile des jeweiligen Mediums für Ihr Marketing nutzen. In der Mediaplanung gibt es zahlreiche Kombinationsmöglichkeiten, die alle das Ziel haben, die Wirkung zu steigern.

Wir beraten Sie gerne, ob Ihre Botschaft, besser gedruckt, digital oder im Mix rüberkommt. Jedes Medium stellt andere Anforderungen an die Gestaltung. Wir kennen die Voraussetzungen für eine professionelle Gestaltung und Umsetzung. Darüber hinaus erstellen wir für Sie die Mediaplanung zur erfolgreichen Umsetzung Ihrer Kampagne.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Annette Weissbaum
044 289 89 00 oder
an.weissbaum@staffelmedien.ch

POSTKARTENMARKETING FÜR UNTERNEHMEN

Postkartenmarketing ist die bewährte und effektive Methode im crossmedialen Marketingmix, um bei Kunden Impulse zu setzen, einen Dialog aufzubauen und Reaktionen hervorzurufen. Dabei punkten Sie gleichermassen mit einem kostengünstigen, personalisierten Massenversand sowie der persönlichen, handgeschriebenen Postkarte.

Frank Huber

Personalisierter Massenversand von Postkarten

Beim personalisierten Massenversand von Postkarten handelt es sich um eine Marketingstrategie, die auf die individuellen Bedürfnisse und Interessen ihrer Kunden zugeschnitten ist. Hierbei werden Postkarten an eine grosse Anzahl von Kunden verschickt, aber jede Karte ist personalisiert, um den Kunden anzusprechen.

Persönliche, von Hand geschriebene Postkarten

Die persönliche, handgeschriebene Postkarte ist die persönlichste Art, mit Kunden in Kontakt zu bleiben. Hierbei werden die Postkarten von Hand geschrieben und individualisiert, um dem Kunden das Gefühl zu geben, dass er wirklich wichtig ist.

Postkarte – Ideale Ergänzung des Marketingmix

Nutzen Sie die Postkarte als Teil Ihres crossmedialen Marketingmix und erweitern Sie die Kanäle, auf denen Sie Ihre Kunden ansprechen. Damit dies gelingt, stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Kunden persönlich ansprechen. Ein kreatives Design mit einer cleveren Aufteilung Ihrer Botschaft auf beiden Seiten erhöht die Aufmerksamkeit beim Empfänger.

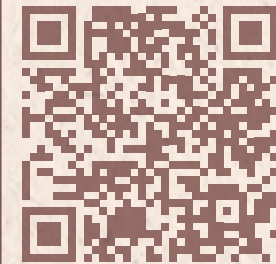
Haben Sie den Dialog eröffnet, bewegen Sie den Kunden mit einer Handlungsaufforderung zum nächsten Schritt mit einer Antwortmöglichkeit, weitergehenden Informationen. Integrieren Sie ein Messmittel wie personalisierte Codes oder URLs, um die Resultate Ihrer Kampagne zu messen.

Sofort loslegen mit Tipps für Ihren Erfolg mit Postkartenmarketing

Wir haben Ihnen in dieser Ausgabe einige Postkarten beigelegt, damit Sie erfolgreich mit Ihrer nächsten Postkartenmarketing-Kampagne starten können.

Beispiele und Tipps:

staffelmedien.ch/postkartenmarketing



DIE VORTEILE

Massenversand von Postkarten mit personalisiertem Inhalt

- Hohe Reichweite und Sichtbarkeit der Botschaft
- Kosteneffizienz: Aufmerksamkeit und Kosten stehen in einem günstigen Verhältnis.
- Persönliche Kundenansprache

Persönlich von Hand geschriebene Postkarte

- Höchste Aufmerksamkeit und Wertschätzung beim Kunden – individueller können Sie Ihren Kunden nicht erreichen.
- Persönlich und individuell: Neben der persönlichen Botschaft mit der Gestaltung punkten.
- Positive Markenbindung durch persönliche Ansprache

Vorteile der Postkarte im crossmedialen Marketingmix

- Erhöhung der Reichweite und Sichtbarkeit Ihrer Kampagne als Unterstützung anderer Marketingkanäle
- Erhöhung der Kundenbindung und -loyalität
- Erfolgskennzahlen sind messbar



GOOD TO KNOW



Redesign Website

Wir sind stolz, Ihnen unsere überarbeitete Website vorzustellen. Um diese noch attraktiver und ansprechender zu gestalten, haben wir ein neues modernes Design kreiert. Sie bietet eine einfache und klare Benutzeroberfläche sowie eine stark verbesserte Suchfunktion, ist schneller und verzichtet weitgehend auf Cookies.



Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

Ab September 2023 tritt die DSGVO in der Schweiz in Kraft und bringt verschiedene Erneuerungen zum Datenschutz mit sich. Das Recht der betroffenen Person auf Erhebung, Verarbeitung, Auskunft, Berichtigung und Löschung personenbezogener Daten, sowie die Einführung der Datenschutz-Folgeabschätzung (DPIA) als Instrument, um Risiken bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zu bewerten und zu minimieren. Ausserdem der Schutz personenbezogener Daten bei der internationalen Übermittlung und die Einführung einer Datenschutz-Aufsichtsbehörde, die die Einhaltung der Verordnung überwacht. Des weiteren gibt es strengere Regeln für den Umgang mit Verletzungen des Datenschutzes und erhöhte Geldbussen für Verstösse gegen die DSGVO, welche neu an leitende Personen gerichtet werden.

Neues Berater-Team

Alles ist in Bewegung – auch unser Unternehmen. Wir freuen uns, Ihnen unser neues Berater-Projektleiter-Team vorzustellen: Marcel Felchlin wird neu von Sergio Lettorio unterstützt. Unsere qualifizierten Spezialisten unterstützen Sie bei Ihren individuellen Bedürfnissen und Anforderungen.



MARKTEINFÜHRUNG MIT 3D-VISUALISIERUNG

Um eine effektive Markteinführung zu gewährleisten, können Produkterendings eingesetzt werden, die eine einheitliche, realistische und detaillierte Darstellung ermöglichen. So kann ein professionelles Erscheinungsbild erzielt werden, was die Käufer anspricht und einen beständigen Eindruck hinterlässt.



ANiFiT
ALL NATURAL

ANiFiT – All NATURAL

Wir produzieren natürliche Nahrung für Hunde und Katzen.

Das Wohl und die Gesundheit der Vierbeiner ist unser oberstes Ziel, ebenso wichtig ist uns aber auch die Qualität unserer Produkte. Darum verpflichten wir uns zur Einhaltung mehrerer Prinzipien, die von den Rohstoffen über die Verarbeitung bis hin zur ehrlichen Deklaration aller Inhaltsstoffe reichen. Langfristig auf natürliches und ausgewogenes Tierfutter von ANiFiT zu setzen, lohnt sich. Für ein gesundes, aktives und glückliches Leben – ein Tierleben lang. Seit 2023 hat ANiFiT ihre erste Tochtergesellschaft in Italien unter dem Namen «ANiNATURE».

www.anifit.ch

Haris Nikolovski

Die ANiFiT AG wandte sich mit dem Anliegen, ihre Produkte für die bevorstehende Markteinführung in Italien darzustellen, an uns. Der Abgabetermin rückte näher und es war nicht genügend Zeit, um die Produkte zu fotografieren. Daher entschieden sie sich für 3D-Renderings.

Zu den verschiedenen Verpackungen ihrer Tierfutter-Produkte gehören Würste, Dosen, Beutel, Papiertaschen, Plastikbeutel, Tuben und kleine Glasflaschen. Einige Verpackungen haben ein durchsichtiges

Fenster, wofür wir auch den Inhalt fotografieren und modellieren mussten. Sie stellten uns die Grafikdesigndateien zur Verfügung und schickten uns Musterprodukte als Referenz.

Da zum Zeitpunkt der Auftragserteilung nicht alle Produkte vorhanden waren, war der Entscheid für Produkterendings klar. Produkte als 3D-Modell zu haben, hat noch weitere Vorteile.

Wenn Sie in Zukunft zum Beispiel das Aussehen des Designs ändern möchten, können wir sehr schnell Renderings mit einem neuen Design erstellen. Der Schritt vom Senden neuer Produktmuster an



einen Fotografen kann somit erspart bleiben. Ausserdem kann das Aussehen verschiedener Designs getestet werden, bevor Sie sich für das endgültige Aussehen der Produktlinie entscheiden. Es ist, als würde man die Kleidung eines Models austauschen.

Ein weiterer Vorteil für ANiFiT ist, dass Renderings in jeder gewünschten Auflösung erstellt werden können, von einem kleinen Website-Bild bis hin zu einem grossformatigen Plakat. Zudem bestehen zahlreiche Möglichkeiten der Anpassung, wie zum Beispiel das Entfernen des Hintergrunds oder das Ändern der Hintergrundfarbe, der Beleuchtung, des Layouts der Szene und weitere. Vor allem sind sie nicht nur auf statische Bilder beschränkt, denn es können auch interessante und fesselnde Animationen von Produkten erstellt werden.

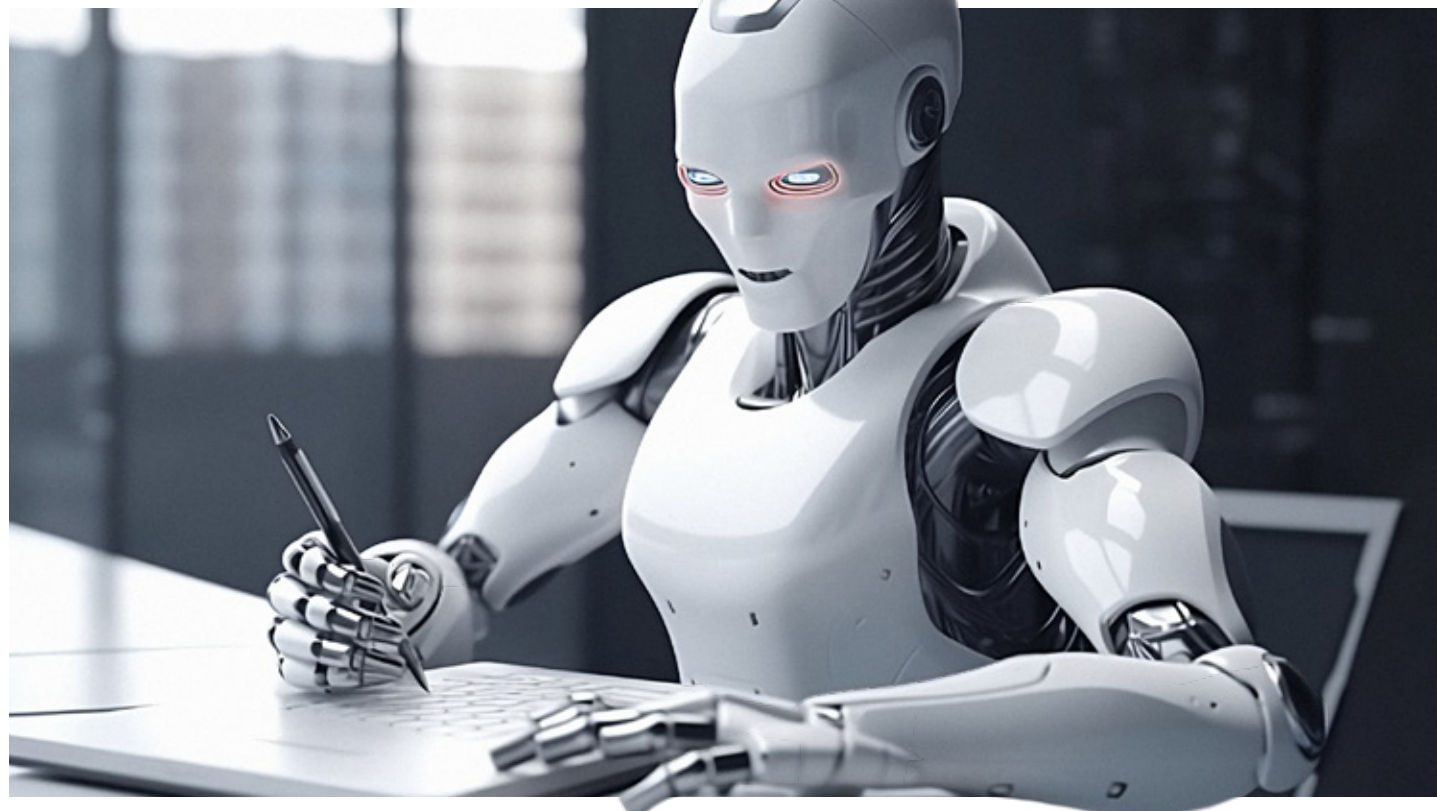
Es gibt so viel mehr Möglichkeiten als nur ein statisches Bild, welches einmal mit einer normaler Fotokamera aufgenommen wurde.

Wir lieferten ein Rendering von jedem Produkt auf transparentem Hintergrund mit einem Schatten auf einer separaten Ebene.

Das Projekt wurde in fünf Phasen unterteilt:

- Modellierung aller Verpackungsformen
- Fotografieren des Inhalts, der durch das Verpackungsfenster sichtbar ist
- Modellierung des Inhalts, der durch das Verpackungsfenster sichtbar ist
- Erstellen der korrekten Texturen für jede Verpackung
- Rendering des endgültigen Bildes auf der Grundlage der Spezifikation





KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN DER TEXTERSTELLUNG – CHANCEN UND RISIKEN

Im Kontext von Content Marketing gewinnt Künstliche Intelligenz (KI) als Werkzeug für die Texterstellung zunehmend an Bedeutung. Doch welche Chancen und Risiken birgt der Einsatz von KI in der Texterstellung?

Frank Huber

Mit der Einführung von ChatGPT im November 2022 wurde der Zugang zu automatisch generierten Inhalten durch Künstliche Intelligenz (KI) im grossen Stil «demokratisiert». Abgesehen von einigen Plattformen, die als Middleware dienten, mussten Texte von Spezialisten «programmiert» oder «gepromptet» werden. Unternehmen wie Zalando generieren ihre Produktbeschreibungen bereits seit Jahren datenbasiert durch KI.

Chancen der KI-Texterstellung
KI-Texterstellung bietet viele Vorteile, die Unternehmen und Marken nutzen können:

- + **Schnelligkeit:** Eine der Stärken von KI-Texterstellung ist die Fähigkeit, innerhalb von Sekunden oder Minuten qualitativ hochwertige Texte zu erstellen.
- + **Recherche:** Mit einer kurzen Anfrage das Thema einkreisen und einen ersten

Entwurf erstellen. Inhaltspunkte hinzufügen und ändern und dann einen Rohentwurf erstellen.

- + **Überarbeiten:** Erstellten Text auf Rechtschreibung überprüfen. Vorschläge für kurze Sätze oder einfache Sprache anbringen.
- + **Kostenersparnis:** Durch die automatische Generierung von Texten können

Unternehmen Kosten sparen oder grössere Textmengen erstellen.

KI ist vor allem dann eine wertvolle Unterstützung, wenn man unter dem «leeren Blatt Syndrom» leidet. Und manchmal findet sie aussergewöhnlich passende und berührende Worte – umarmen Sie sie.

Risiken der KI-Texterstellung

Wo Sonne ist, ist auch Schatten. Die folgenden Risiken sind zu beachten, um ihnen vorbeugend zu begegnen:

- **Qualität:** Von KI erstellte Texte sind manchmal stilistisch todlangweilig, in sich repetitiv oder gehen völlig am Thema vorbei. Ein guter Prompt oder eine Promptentwicklung schafft hier Abhilfe. Und am Lektorat führt kein Weg vorbei.
- **Sachlich falsch:** Künstliche Intelligenz prüft (noch) keine Fakten. Mit falschen oder veralteten Fakten kann man seine Reputation in den Sand setzen. Systeme wie ChatGPT liefern nur ein statistisch zu erwartendes Ergebnis.
- **Originalität:** Die Verwendung von KI zur Texterstellung führt tendenziell zu weniger originellen und einzigartigen Inhalten. Achten Sie darauf, dass Ihre

Inhalte qualitativ hochwertig sind und einen Mehrwert bieten.

– **Content Overkill:** Wer wird all diese Durchschnittstexte lesen? Inhalte und Werbebotschaften überfordern schon heute viele Menschen.

– **Copyright:** Ein Thema, das in naher Zukunft immer mehr an Bedeutung gewinnen wird. Durch die verwendeten Lerndaten der KI-Resultate ist mit Urheberrechtsverletzung zu rechnen.

– **Ethik und fehlende Regulierung:** Aktuell gibt es keine verbindlichen Regelungen oder Begrenzungen, um Künstliche Intelligenz einzusetzen. So hat der Deutsche Ethikrat erst 2023 eine Stellungnahme zum Thema «Mensch und Maschine – Herausforderungen durch Künstliche Intelligenz» vorgelegt, die keinen bindenden Charakter hat.

Risiken oder Nachteile sollten nicht vom Einsatz von KI abhalten. Der Mensch und seine Bedürfnisse sind in den Mittelpunkt zu stellen und die Ressource KI muss mit Bedacht eingesetzt werden.

Mehr über die Texterstellung mit KI finden Sie auf: staffelmedien.ch/ki-texten/



Standen die Fuhrleute der Eisenbahn noch kritisch gegenüber und fürchteten um ihre Arbeitsplätze, so sind heute durch die Globalisierung der Märkte mehr Menschen im Transportwesen beschäftigt, als man sich damals vorstellen konnte.

Obwohl die Anfänge der Künstlichen Intelligenz in der Mitte des letzten Jahrhunderts liegen und viele Anwendungen bereits unser tägliches Leben beeinflussen, hat der einfache Zugang über natürlich geschriebene Sprachbefehle in ChatGPT den Zugang für jedermann drastisch vereinfacht. Wir stehen am Anfang eines technologischen Wandels, der nach einer Phase des Hypes, gefolgt von einer Überregulierung und dem von mir erwarteten Platzen der KI-Blase (ähnlich der Dot.com-Blase) wahrscheinlich zu einem selbstverständlichen Teil unseres Alltags werden wird.

Künstliche Intelligenz, eine unglückliche Übersetzung:

Der im Deutschen verwendete Begriff «**Künstliche Intelligenz**» tauchte im Englischen erstmals 1955 auf, als John McCarthy damit Fördergelder für seine Konferenz 1956 bei der Rockefeller Foundation beantragte. Der Hauptgrund für die Verwendung des Begriffs «**Künstliche Intelligenz**» war die Vermeidung der Begriffe «**Automatentheorie**» und «**Kybernetik**», um die damalige Koryphäe Norbert Wiener nicht einladen zu müssen. (Zimmerli, 2021)

Einzel betrachtet, kann «**artificial**» durchaus mit «**künstlich**» übersetzt werden. Im Gegensatz dazu hat «**Intelligence**» neben «**Intelligenz**» u.a. auch die Bedeutung «**Informationsverarbeitung**», was im vorliegenden Kontext wesentlich treffender wäre. Denken wir an dieser Stelle an die CIA, die Central Intelligence Agency, die sich auf die Informationsverarbeitung konzentriert.

Würde der Begriff «**Künstliche Informationsbearbeitung**» verwendet, wäre der aktuell überhöhte emotionale Bezug zu «**KI**» wesentlich tiefer.

Kein Text ohne Briefing – Auch für Künstliche Intelligenz

Lässt man Texte Inhalte erstellen, instruiert man diese über die Zielgruppe und die Tonalität der Ansprache, die Struktur sowie den Kontext und Stil des Texts.

Im Briefing ebenfalls enthalten sind das Ziel, das bei der Zielgruppe erreicht werden soll, allfällige Schlüsselwörter und Keywords für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und die anzuwendende Rechtschreibung und Wortschatz (Deutsch oder CH-Deutsch).

KI IMAGE GENERATOR

VS.

Digital-Zeichnungen

Ein spannendes Experiment, das die Vor- und Nachteile der Künstlichen Intelligenz (Image Generator) im Vergleich zu einer herkömmlichen Zeichnung aufzeigt.

Thierry Weissbaum
Kim Wohlgemuth

Das Experiment

Die Künstliche Intelligenz ist nicht nur hier im StaffelNews, sondern auch in unserem Alltag ein aktuelles Thema. Wir wussten sofort, dass wir einen Artikel dazu schreiben wollten. Wir kamen dann auf die Idee, die Künstliche Intelligenz mit dem Menschen zu vergleichen. Da wir beide leider nicht allwissend sind, wie es zum Beispiel *ChatGPT* ist, wollten wir das Ganze mit einem Image Generator probieren.

Die Ausgangslage

Wir haben unsere Mitarbeiter gebeten, uns Prompts (Eingabe-/Schlagwörter für die KI) zu überreichen. Diese beschreiben dann ein Bild bzw. eine Zeichnung, die

wir dann zeichnen (Kim) und mit einem Image Generator (Thierry) erstellen mussten. Wir wussten während des Vorgangs nicht, wie die Zeichnung des anderen aussieht.

Unser Fazit

Wir waren sehr überrascht, als wir das Endresultat des anderen sahen. Obwohl wir beide die gleichen Angaben erhalten haben, unterscheiden sich die Zeichnungen extrem voneinander. Wir haben dann eine Liste mit Vor- und Nachteilen erstellt, um auch für uns abzuwägen, welche Stärken und welche Schwächen die zwei Techniken aufweisen. Wir sind beide der Meinung, dass uns die Digital-

Zeichnung besser gefällt. Jedoch darf man nicht ausser Acht lassen, dass das KI-Bild mit einem Gratisprogramm erstellt wurde und man mit einem kostenpflichtigen Programm sicherlich bessere Resultate erwarten kann. Auch wenn die Digitalzeichnung visuell schöner aussieht, beanspruchte der kreative Prozess für die Idee und das Zeichnen selbst sehr viel Zeit. Thierry hingegen hätte in dieser Zeit ohne einen kreativen Aufwand über 40 Zeichnungen erstellen können. Wir sind uns also einig, dass beide Erstellungsmethoden für verschiedene Anwendungsbereiche extrem nützlich sind.

Schlagwörter:

«Eis mit verschiedenen Geschmacksrichtungen in einer Waffel mit Früchten auf einem neutralen Hintergrund gezeichnet»

«Ice cream with different flavours in a cone with fruits on a basic background drawn»



KI Image

Thierry Weissbaum

- + Das Bild war in kürzester Zeit fertiggestellt.
- + Ich kann viele Kriterien wie die Grösse, die Farben und einzelne Elemente schnell anpassen, ohne das Bild neu zeichnen zu müssen.
- + Ich kann den KI Generator das Bild in verschiedenen Stilen zeichnen lassen.
- + Alle Möglichkeiten sind offen und nicht durch mein Können oder mein Talent begrenzt.
- + Barrierefrei: Jeder, der ein Gerät besitzt, das Zugang zum Internet hat, kann vom KI-Image-Generator Gebrauch machen.
- + Die einzige Grenze ist meine Fantasie.
- Bei den meisten Gratisprogrammen wird mein Bild mit einem Wasserzeichen versehen.
- Dem Bild fehlt der menschliche/emotionale Touch.
- Ein übermässiges Vertrauen und ein zu häufiger Gebrauch des KI-Image-Generators kann der Kreativität schaden.

Und, neugierig?

Hier kommst du zum KI-Bild-Generator

Craiyon: craiyon.com



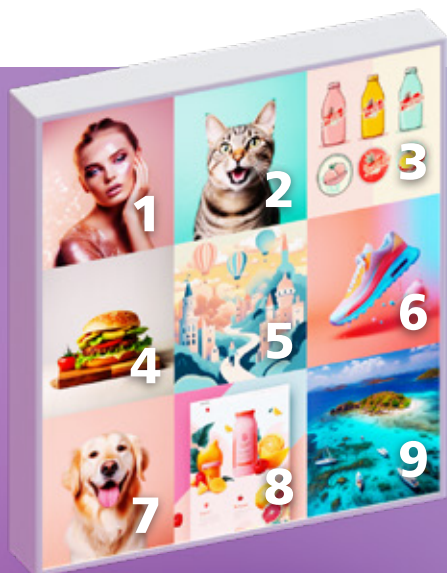
Digital-Zeichnung

Kim Wohlgemuth

- + Ich hatte die volle Kontrolle über alle Details der Zeichnung.
- + Ich konnte meine Kreativität ausleben.
- + Ich hatte Freude und Spass daran, die Zeichnung zu erstellen.
- + Ich hatte die Möglichkeit, am Schluss noch Änderungen vorzunehmen.
- + Die Zeichnung gehört alleinig mir. (Ich muss keine Wasserzeichen benutzen.)
- + Ich bin der alleinige Ersteller der Zeichnung.
- + Man erkennt meinen eigenen Zeichnungsstil im Endresultat.
- Das Endresultat ist von meiner Zeichenfähigkeit abhängig.
- Zeichnungen benötigen viel Zeit, die man nicht immer zu Verfügung hat.
- Für die Idee zur eigenen Zeichnung muss man seine eigene Kreativität benutzen.

B-ECONOMY

DIE POST+



Die neun Bilder auf der Titelseite wurden mit KI erstellt. Folgende Prompts (Eingabe für KI) wurden eingegeben:

1. Modeporträt eines weiblichen Modells mit futuristischem Glitzer-Make-up, Beauty Dish Reflektor, Studioaufnahme, isoliert auf pastellfarbenem Hintergrund
2. Lustiges Porträt einer niedlichen glücklichen und lächelnden getigerten Katze, die in die Kamera schaut und auf ein Leckerli wartet, Studioaufnahme, isoliert auf pastellfarbenem Hintergrund
3. 2D-Vektor-Marke für die Fruchtsaftgetränke produzierenden Unternehmen, isoliert auf pastellfarbenem Hintergrund
4. Isoliert auf hellem pastellfarbenem Hintergrund, sehr schmackhaft aussehender Hamburger mit Pommes auf der Seite, auf einem Holzbrett serviert, Studioaufnahme
5. Schlösser und Heissluftballone in den Wolken mit Menschen, die unter einem Bogen über den Weg laufen, Farbpalette Pastellfarben
6. Bunter Sportschuh, der über dem Hintergrund schwebt, Werbung, Studioaufnahme, isoliert auf pastellfarbenem Hintergrund
7. Lustiges Porträt eines niedlichen glücklichen Hundes, der in die Kamera schaut und auf ein Leckerchen wartet, Studioaufnahme, isoliert auf pastellfarbenem Hintergrund
8. Professionelles modernes Landingpage Design für die Fruchtsaftgetränke-Firma, Farbpalette Pastellfarben, Webdesign ux/ui
9. Landschaftsfoto Korallenriffinseln mit bunten Segelbooten, türkisfarbenes klares Meer mit goldenen Sandstränden, leuchtende Farben

Gesamtverantwortung

Annette Weissbaum
Alexandra Ennen

Redaktion

Annette Weissbaum
Ralf Weissbaum
Alexandra Ennen
Haris Nikolovski
Frank Huber
Kim Wohlgemuth
Thierry Weissbaum

Gestaltung und Layout

Kim Wohlgemuth

Fotografie und 3D-Visualisierung

Haris Nikolovski

Gedruckt auf

LuxoArt samt weiss FSC®, 150 g/m²

Druck

Staffel Medien AG

Staffel Medien
Lösungen voraus

Staffel Medien AG
Binzstrasse 9
8045 Zürich
T 044 289 89 89
info@staffelmedien.ch
www.staffelmedien.ch

