Obstwald

DAS GROSSE ANFÄNGER-HANDBUCH

KI für kleine Unternehmen

Wie der Bäcker von nebenan, die Pizzeria und der Malerbetrieb mit Claude & Co. sichtbarer werden.
Mit Prompt-Schule, Webseiten-Anleitung, 50+ Beispiel-Prompts und Lexikon A–Z.

Ausgabe November 2026

Inhalt

TEIL 1 · GRUNDLAGEN 5

1 Was KI ist – und was nicht 6

2 Dein Werkzeugkasten 8

3 Claude einrichten und kennenlernen 10

TEIL 2 · PROMPTEN LERNEN 13

4 Das Prompt-Handwerk 14

5 Nachbessern im Gespräch 18

6 Claude deinen Betrieb beibringen: Projekte und Skills 20

TEIL 3 · SICHTBAR WERDEN 24

7 Das Google-Unternehmensprofil 25

8 Bewertungen 27

9 Social Media mit KI 29

10 WhatsApp Business und Newsletter 31

11 Flyer, Plakate und Bilder 33

TEIL 4 · DEINE WEBSEITE MIT CLAUDE 35

12 Die Webseite planen 36

13 Die Webseite bauen: Schritt für Schritt 38

14 Die Webseite online stellen 42

15 Pflege und Ausbau 45

TEIL 5 · BRANCHEN-REZEPTE 47

16 Fünf Branchen, fünf Rezepte 48

TEIL 6 · RECHT, KOSTEN, FAHRPLAN 54

17 Recht und Stolperfallen 55

18 Was kostet das alles? 58

19 Dein 30-Tage-Fahrplan 60

ANHANG · WERKZEUGKISTE 62

Anhang A: Die Prompt-Bibliothek 63

Anhang B: Lexikon A–Z 71

Anhang C: Checklisten 74

Quellen 76

Willkommen im Obstwald

Du führst eine Bäckerei, eine Pizzeria, einen Friseursalon oder einen Handwerksbetrieb. Dein Tag hat zu wenig Stunden, und Marketing ist das Erste, was liegen bleibt. Gleichzeitig hörst du überall: „Mach doch was mit KI." Nur was genau, und wie?

Dieses Handbuch beantwortet genau diese Frage. Es setzt nichts voraus: kein Technikwissen, keine Programmierkenntnisse, keine Erfahrung mit ChatGPT oder Claude. Am Ende kannst du:

- einem KI-Assistenten so Aufträge geben, dass brauchbare Ergebnisse herauskommen,
- deinen Google-Eintrag, deine Bewertungen und deine Social-Media-Kanäle mit wenig Zeitaufwand pflegen,
- **eine eigene Webseite mit Claude bauen und online stellen**, ohne Agentur und für wenige Euro,
- die wichtigsten rechtlichen Stolperfallen vermeiden.

Die Werkzeuge dafür sind mächtiger als je zuvor. Was den meisten Unternehmern fehlt, ist nicht das Werkzeug, sondern die Gebrauchsanweisung. Hier ist sie.

57 %
der Unternehmen in Deutschland setzen KI ein – erstmals die Mehrheit (Bitkom, Sept. 2026)

97 %
der Verbraucher lesen Bewertungen, bevor sie einen lokalen Betrieb wählen (BrightLocal 2026)

0 €
kostet der Einstieg: Claude, Canva und das Google-Profil haben kostenlose Versionen

So benutzt du dieses Buch

Das Handbuch hat sechs Teile und drei Anhänge. Du musst es nicht von vorne bis hinten lesen.

Du willst …	Dann lies …
verstehen, was KI überhaupt ist	Teil 1, Kapitel 1 bis 3
lernen, wie man mit KI „redet"	Teil 2 – das wichtigste Kapitel des Buchs
mehr Kunden über Google und Instagram	Teil 3
eine eigene Webseite	Teil 4 – Schritt für Schritt
Ideen speziell für deine Branche	Teil 5
wissen, was erlaubt ist und was es kostet	Teil 6

Du willst …	Dann lies …
sofort loslegen	Anhang A: über 50 Prompts zum Abtippen
einen Begriff nachschlagen	Anhang B: Lexikon A–Z

Die Zeichen in diesem Buch

PROMPT So sieht ein Prompt aus

Das hier ist ein Beispiel-Prompt. Du kannst ihn abtippen oder aus der PDF kopieren und in Claude einfügen. Alles in [eckigen Klammern] ersetzt du durch deine eigenen Angaben.



Ollis Tipp: Olli Obstwald, unser Waschbär, sammelt die Abkürzungen, die dir Zeit sparen. Wenn du nur die Tipp-Kästen liest, hast du schon viel gelernt.

Achtung: In diesen Kästen stehen Fallen, die Geld oder Ärger kosten können: rechtliche Pflichten, Datenschutz, typische Fehler.

Gut zu wissen: Hintergrundwissen, das nicht zwingend ist, aber vieles verständlicher macht.

Alle Preise und Funktionen haben wir im November 2026 geprüft. KI-Werkzeuge entwickeln sich schnell. Wenn ein Knopf bei dir anders heißt oder ein Preis abweicht, gilt immer die Angabe des Anbieters. Dieses Buch ist keine Rechtsberatung.

TEIL 1

Grundlagen

Was KI ist, welche Werkzeuge es gibt und wie du Claude einrichtest.



KAPITEL 1

Was KI ist – und was nicht

Wenn in diesem Buch von KI die Rede ist, meinen wir fast immer einen **KI-Assistenten**: ein Programm, mit dem du dich in normaler Sprache unterhältst, so wie mit einem sehr fleißigen, sehr belesenen Mitarbeiter. Du schreibst oder sprichst eine Aufgabe, der Assistent liefert ein Ergebnis, du sagst, was dir nicht gefällt, und er bessert nach.

Die bekanntesten Assistenten heißen **Claude** (von der Firma Anthropic) und **ChatGPT** (von OpenAI). Beide funktionieren ähnlich. In diesem Buch arbeiten wir hauptsächlich mit Claude, weil Claude besonders gut schreibt und ganze Webseiten bauen kann. Fast alles lässt sich aber auf andere Assistenten übertragen.

Wie ein KI-Assistent „denkt“

Hinter Claude steckt ein sogenanntes **Sprachmodell**. Es hat aus riesigen Mengen Text gelernt, wie Sprache funktioniert: wie ein freundlicher Brief klingt, wie eine Speisekarte aufgebaut ist, wie eine Webseite programmiert wird. Wenn du eine Frage stellst, setzt das Modell Wort für Wort die wahrscheinlich beste Antwort zusammen.

Daraus folgen zwei Dinge, die du dir merken solltest:

1. **Die KI weiß nichts über deinen Betrieb**, solange du es ihr nicht sagst. Sie kennt deine Preise nicht, deine Öffnungszeiten nicht, deine Stammkunden nicht.
2. **Die KI kann sich irren und klingt dabei trotzdem überzeugt.** Fachleute nennen das „Halluzinieren“. Fakten, Zahlen und alles Rechtliche prüfst du immer selbst.

> **Gut zu wissen:** Moderne Assistenten können im Internet suchen. Bei Claude heißt das „Websuche“. Wenn du aktuelle Informationen brauchst, etwa zu einem neuen Gesetz, schreib einfach dazu: „Durchsuche das Web.“ Dann nennt Claude auch die Quellen, die du anklicken und prüfen kannst.

Was KI für einen kleinen Betrieb wirklich gut kann

Aufgabe	Beispiel	Zeitersparnis
Texte schreiben	Instagram-Post, Stellenanzeige, Aushang, Speisekarte	groß
Antworten formulieren	Google-Bewertungen, E-Mails, WhatsApp-Anfragen	groß

Aufgabe	Beispiel	Zeitersparnis
Ideen liefern	Aktionen, Wochenangebote, Produktnamen, Gutscheinideen	groß
Webseiten bauen	komplette Seite mit Speisekarte, Anfahrt, Kontakt	sehr groß
Übersetzen	Speisekarte auf Englisch, Italienisch, Türkisch	sehr groß
Ordnen und Zusammenfassen	lange E-Mails, Angebote von Lieferanten, Verträge grob verstehen	mittel
Planen	Redaktionsplan, Dienstplan-Entwurf, Einarbeitungsplan	mittel
Rechnen und Auswerten	Kalkulation prüfen, Umsatztabellen auswerten	mittel

Was KI nicht kann (und nicht soll)

- **Echte Fotos deiner Ware ersetzen.** Ein KI-Bild sieht schön aus, zeigt aber nicht dein Brötchen. Für Werbung mit Produkten nimmst du echte Fotos (mehr dazu in Kapitel 11 und 17).
- **Rechtsberatung geben.** Claude kann Gesetze erklären, aber für Impressum, Datenschutzerklärung und Verträge nutzt du geprüfte Generatoren, deine Kammer oder einen Anwalt.
- **Deine Verantwortung übernehmen.** Was du veröffentlichst, verantwortest du. Allergene, Preise und Versprechen prüfst du vor dem Veröffentlichen.
- **Deinen persönlichen Ton erfinden.** Den bringst du mit. Die KI lernt ihn, wenn du ihr Beispiele gibst (siehe Kapitel 4 und 6).



Ollis Tipp: Behandle die KI wie eine neue Aushilfe am ersten Tag: sehr klug, sehr schnell, aber ohne Ahnung von deinem Laden. Je besser du sie einweist, desto besser arbeitet sie.

Du bist nicht spät dran

Wenn du bisher wenig mit KI gemacht hast: Das geht vielen so. Laut Bitkom nutzen im September 2026 erstmals 57 Prozent der deutschen Unternehmen KI, und gleichzeitig sieht sich die große Mehrheit noch ganz am Anfang. Kein befragtes Unternehmen gab an, das Potenzial vollständig auszuschöpfen. Der Vorsprung entsteht gerade erst, und kleine Betriebe sind dabei im Vorteil: Du kannst morgen anfangen, ohne IT-Abteilung, ohne Freigaben, ohne Budgetrunde.

KAPITEL 2

Dein Werkzeugkasten

Für alles in diesem Buch brauchst du nur eine Handvoll Werkzeuge. Die meisten haben eine kostenlose Version, mit der du sofort anfangen kannst.

Die KI-Assistenten

Claude ist der Assistent, mit dem wir in diesem Buch arbeiten. Er schreibt sehr natürliche deutsche Texte, kann Dateien und Fotos lesen, im Internet suchen und vor allem fertige Ergebnisse bauen: Dokumente, Präsentationen, Tabellen und komplette Webseiten. Du erreichst ihn unter **claude.ai** im Browser oder als App für Smartphone und Computer.

ChatGPT von OpenAI ist der bekannteste Assistent und eine gute Alternative, besonders wenn du Bilder erzeugen willst. Die Prompts in diesem Buch funktionieren dort genauso.

Die Helfer für Sichtbarkeit

Werkzeug	Wofür	Preis
Google-Unternehmensprofil	dein Eintrag in Google Maps und der Google-Suche	kostenlos
Canva	Flyer, Plakate, Social-Media-Bilder, Speisekarten gestalten	kostenlos, Pro 12 €/Monat oder 110 €/Jahr
WhatsApp Business	Kundenanfragen, Produktkatalog, automatische Begrüßung	App kostenlos
Instagram und Facebook	Fotos, Aktionen, Geschichten aus deinem Betrieb	kostenlos
Netlify oder ähnliche Dienste	deine Webseite ins Internet stellen	für kleine Seiten kostenlos
Eine .de-Domain	deine eigene Internetadresse	oft ca. 1 € im ersten Jahr, danach meist 5–15 € pro Jahr

Was die KI-Assistenten kosten

Stand November 2026:

Tarif	Preis pro Monat	Für wen
Claude Free	0 €	zum Ausprobieren und für gelegentliche Aufgaben
Claude Pro	20 US-$ monatlich oder 17 US-$ im Jahresabo (200 US-$ im Voraus); mit deutscher Rechnungsadresse rund 18 € netto	für alle, die Claude regelmäßig im Betrieb nutzen
Claude Max	ab 100 US-$	für sehr intensive Nutzung, für kleine Betriebe meist unnötig
ChatGPT Go	8 € inkl. USt.	günstiger Einstieg, mit Werbung
ChatGPT Plus	23 € inkl. USt.	Vollversion

Den verbindlichen Euro-Preis siehst du beim Abschluss unter claude.ai, wenn du angemeldet bist.



Ollis Tipp: Fang kostenlos an. Wenn du merkst, dass Claude dich mitten in der Arbeit ausbremst („Limit erreicht“), lohnt sich Pro. Für die meisten kleinen Betriebe reicht ein einziges Pro-Abo völlig aus.

Gut zu wissen: Als Unternehmer kannst du die Abos in der Regel als Betriebsausgabe absetzen. Wer beim Kauf eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer angibt, bekommt die Rechnung meist netto (Reverse-Charge-Verfahren). Kläre die Details mit deinem Steuerberater.

KAPITEL 3

Claude einrichten und kennenlernen

In diesem Kapitel richtest du Claude ein und lernst die Funktionen kennen, die du später brauchst. Plane dafür 20 Minuten ein.

Schritt 1: Konto anlegen

1. Öffne **claude.ai** im Browser (am Computer ist es am bequemsten).
2. Melde dich mit deiner E-Mail-Adresse oder deinem Google-Konto an.
3. Lade dir zusätzlich die **Claude-App** auf dein Smartphone. So kannst du zwischen zwei Kunden schnell eine Bewertung beantworten.

Schritt 2: Datenschutz einstellen

Bevor du loslegst, entscheidest du, ob deine Gespräche zur Verbesserung von Claude verwendet werden dürfen. So geht es:

1. Klicke auf deinen Namen und wähle **Einstellungen**.
2. Wähle **Datenschutz**.
3. Schalte unter **Claude verbessern** die Option aus, wenn du nicht möchtest, dass deine Chats für das Training künftiger Modelle genutzt werden.

> **Achtung:** Egal wie du dich entscheidest: Gib keine Daten deiner Kunden in eine KI ein. Also keine vollen Namen mit Telefonnummer, keine Adresslisten, keine Gesundheitsangaben. Für Bewertungsantworten reicht der Text der Bewertung. Wer ganz sicher gehen will, nutzt für heikle Fragen einen Inkognito-Chat: Der wird laut Anthropic nicht zum Training verwendet.

Schritt 3: Die Oberfläche verstehen

Claude sieht aus wie ein Messenger. Unten ist das Eingabefeld, darüber erscheinen deine Nachrichten und Claudes Antworten. Links findest du deine bisherigen Gespräche („Chats“) und deine Projekte.

Im Eingabefeld gibt es mehrere wichtige Knöpfe:

- **Büroklammer oder Plus-Zeichen:** Dateien und Fotos hochladen, z. B. deine Speisekarte als PDF oder ein Foto deines Schaufensters.
- **Mikrofon:** Statt zu tippen, kannst du sprechen. In der App gibt es zusätzlich einen Sprachmodus, in dem du dich mit Claude unterhältst wie am Telefon.

- **Werkzeuge:** Hier schaltest du Funktionen wie die Websuche ein.

Die Funktionen, die du kennen solltest

Chats

Jedes Gespräch ist ein eigener Chat. Faustregel: **ein Thema, ein Chat.** Für die Webseite machst du einen Chat auf, für den Instagram-Plan einen anderen. So bleibt Claude bei der Sache.

Dateien und Fotos

Claude kann PDFs, Word-Dateien, Tabellen und Fotos lesen. Du kannst etwa die alte Speisekarte fotografieren und schreiben: „Tippe diese Speisekarte ab und mach daraus eine übersichtliche Tabelle."

Websuche

Mit der Websuche holt Claude aktuelle Informationen aus dem Internet und nennt die Quellen. Praktisch für Fragen wie: „Welche Feiertage hat Baden-Württemberg im Dezember?" oder „Was ändert sich 2027 bei der Kassenpflicht?"

Artefakte: Ergebnisse zum Anfassen

Wenn Claude etwas Größeres für dich baut, ein Dokument, eine Präsentation, eine Tabelle oder eine Webseite, öffnet es sich neben dem Chat als eigenes Fenster. Das nennt man **Artefakt**. Laut Anthropic gehören dazu Vorlagen für Dokumente, Folien und Designs; außerdem kann Claude Single-Page-Websites, Diagramme und kleine interaktive Werkzeuge erstellen. Artefakte sind zunächst nur für dich sichtbar. Du kannst sie herunterladen, weiter bearbeiten lassen und per Link teilen.

Projekte: Claudes Gedächtnis für deinen Betrieb

Ein **Projekt** ist ein eigener Arbeitsbereich mit eigenen Anweisungen und eigenen Dokumenten. Du legst dort einmal deinen Firmensteckbrief, deine Speisekarte und deine Preisliste ab, und jeder Chat im Projekt kennt diese Informationen automatisch. Projekte gibt es auch im kostenlosen Tarif, dort aber höchstens fünf. Wie du dein erstes Projekt anlegst, zeigt Kapitel 6.

Skills: Claude Arbeitsabläufe beibringen

Ein **Skill** ist eine gespeicherte Anleitung für eine wiederkehrende Aufgabe, etwa: „So beantworten wir Google-Bewertungen." Claude erkennt selbst, wann ein Skill passt, und wendet ihn automatisch an. Du musst dann nicht jedes Mal erklären, wie du es haben willst. Skills fügst du in den Einstellungen hinzu. Auch dazu mehr in Kapitel 6.

Memory: Claude merkt sich Dinge

Claude kann sich wichtige Informationen über dich über Gespräche hinweg merken, etwa dass du eine Bäckerei in Karlsruhe führst. Was Claude sich gemerkt hat, siehst und bearbeitest du in den Einstellungen unter **Memory**.

Konnektoren

Mit **Konnektoren** verbindest du Claude mit anderen Programmen, zum Beispiel mit Gmail, dem Google-Kalender oder Google Docs. Dann kann Claude etwa deine E-Mails zusammenfassen. Für den Anfang brauchst du das nicht.



Ollis Tipp: Du musst nicht alle Funktionen sofort beherrschen. Für die ersten Wochen reichen Chats, Datei-Upload und Artefakte. Projekte und Skills kommen dazu, wenn du merkst, dass du Claude dieselben Dinge immer wieder erklärst.

Deine erste Übung

Öffne einen neuen Chat und tippe folgenden Prompt ab. Ersetze die Klammern durch deine Angaben.

PROMPT Erste Übung: Claude kennenlernen

Ich führe [eine kleine Bäckerei mit 4 Mitarbeitern in Karlsruhe-Durlach]. Ich habe bisher noch nie mit KI gearbeitet. Nenne mir die fünf Aufgaben, bei denen du mir in meinem Betrieb am meisten Zeit sparen kannst. Erkläre jede in zwei Sätzen und gib mir zu jeder einen Beispiel-Satz, den ich dir schreiben könnte.

Lies die Antwort, such dir einen der Beispielsätze aus und probiere ihn direkt aus. Herzlichen Glückwunsch: Du arbeitest mit KI.

TEIL 2

Prompten lernen

Wie du der KI Aufträge gibst, die zu brauchbaren Ergebnissen führen. Das wichtigste Kapitel dieses Buchs.



KAPITEL 4

Das Prompt-Handwerk

Ein **Prompt** ist nichts anderes als dein Auftrag an die KI. Das Wort klingt technisch, die Sache ist es nicht. Wer einer Aushilfe sagen kann, was sie tun soll, kann auch prompten.

Der häufigste Fehler von Anfängern: Sie schreiben zu wenig. „Schreib einen Instagram-Post für meine Bäckerei" ist, als würdest du einer neuen Mitarbeiterin sagen: „Mach mal Werbung." Sie würde irgendetwas machen, aber kaum das, was du dir vorgestellt hast.

Der Kollegen-Test

Anthropic, die Firma hinter Claude, empfiehlt eine einfache Probe: Zeig deinen Prompt gedanklich einem Kollegen, der dein Geschäft nicht kennt, und frag dich, ob er damit genau das liefern könnte, was du willst. Wenn er nachfragen müsste, wird auch Claude raten. Diesen Test kannst du bei jedem Prompt machen.

Die sechs Bausteine eines guten Prompts

Ein guter Prompt besteht aus bis zu sechs Bausteinen. Nicht jeder Prompt braucht alle, aber je mehr du davon lieferst, desto besser das Ergebnis.

Baustein	Frage	Beispiel
1. Rolle	Wer soll die KI sein?	„Du bist erfahrene Social-Media-Texterin für Handwerksbetriebe."
2. Aufgabe	Was genau soll entstehen?	„Schreib einen Instagram-Post …"
3. Kontext	Was muss sie über dich und die Situation wissen?	„Wir sind eine Familienbäckerei seit 1987, Zielgruppe: Familien und Rentner im Viertel."
4. Beispiele	Wie sieht gut aus?	„So klingen unsere bisherigen Posts: …"
5. Format	Wie lang, welche Form?	„Maximal 4 Sätze, 1 Emoji, 5 Hashtags am Ende."
6. Ton	Wie soll es klingen?	„Herzlich, bodenständig, ein bisschen Augenzwinkern, kein Werbesprech."

Vorher und nachher

So sieht der Unterschied in der Praxis aus.

SO LIEBER NICHT Schwacher Prompt

Schreib einen Post über unseren Kuchen.

Ergebnis: ein austauschbarer Text voller Ausrufezeichen, der für jede Bäckerei der Welt passen würde.

PROMPT Starker Prompt

Du bist Texterin für kleine Familienbetriebe.

Schreib einen Instagram-Post für die Bäckerei Müller in Karlsruhe-Durlach. Anlass: Ab heute gibt es wieder unseren Zwetschgenkuchen mit Streuseln, nur bis Ende September und nur am Wochenende.

Hintergrund: Familienbäckerei in dritter Generation, das Rezept stammt von Oma Hilde. Unsere Kunden sind vor allem Familien und ältere Leute aus dem Viertel.

Format: höchstens 4 Sätze, ein passendes Emoji, am Ende 5 Hashtags mit Bezug zu Karlsruhe. Ton: herzlich, bodenständig, gern mit einem kleinen Augenzwinkern. Keine Wörter wie „unwiderstehlich“ oder „Geschmacksexplosion“.

Ergebnis: ein Text, der nach deinem Laden klingt, die wichtigen Fakten enthält und sofort verwendbar ist.

Die Bausteine im Detail

Rolle

Mit einer Rolle gibst du der KI eine Perspektive. „Du bist Steuerberater“ führt zu anderen Antworten als „Du bist Marketingexpertin“. Besonders hilfreich ist eine Rolle, wenn du eine Einschätzung willst.

PROMPT Rolle für eine ehrliche Einschätzung

Du bist ein kritischer Unternehmensberater mit 20 Jahren Erfahrung in der Gastronomie. Ich zeige dir gleich meine neue Speisekarte. Sag mir ehrlich und konkret, was du verbessern würdest: Preise, Aufbau, Beschreibungen, Lesbarkeit. Sei direkt, ich brauche keine Komplimente.

Aufgabe

Beginne mit einem klaren Verb: **Schreib, erstelle, fasse zusammen, übersetze, vergleiche, prüfe, schlage vor.** Sag, was am Ende auf dem Tisch liegen soll.

Kontext

Kontext ist der Baustein, den Anfänger am häufigsten vergessen, und der den größten Unterschied macht. Die KI weiß nichts über dich. Erzähl ihr, was eine neue Mitarbeiterin wissen müsste: Wer sind deine Kunden? Was macht dich besonders? Was ist der Anlass? Was soll der Leser danach tun?

Beispiele

Nichts zeigt der KI deinen Stil so gut wie ein Beispiel. Kopiere zwei oder drei deiner besten bisherigen Texte in den Prompt und schreib: „So klingen wir." Anthropic empfiehlt für beste Ergebnisse drei bis fünf Beispiele. Du kannst die Beispiele auch klar abgrenzen:

PROMPT Mit Beispielen arbeiten

```
Schreib drei neue Antworten auf Google-Bewertungen im selben Stil wie diese Beispiele.

<beispiel>
Liebe Frau K., vielen Dank! Dass Ihnen unser Dinkelbrot schmeckt, freut uns riesig. Bis zum nächsten Samstag! Ihr Team der Bäckerei Müller
</beispiel>

<beispiel>
Hallo Tom, danke für dein ehrliches Feedback. Die Wartezeit am Sonntag ärgert uns selbst. Wir haben ab jetzt eine zweite Kasse geöffnet. Gib uns noch eine Chance! Sabine Müller
</beispiel>

Hier sind die neuen Bewertungen: [Bewertungen einfügen]
```

Gut zu wissen: Die spitzen Klammern wie `<beispiel>` sind kein Muss. Sie helfen Claude aber, Anweisungen sauber von Beispielen und Material zu trennen. Anthropic empfiehlt solche Markierungen ausdrücklich, wenn ein Prompt Anweisungen, Hintergrund und Beispiele mischt. Du kannst dir eigene Namen ausdenken, etwa `<speisekarte>` oder `<bewertung>`.

Format

Sag, wie das Ergebnis aussehen soll: Länge, Aufbau, Tabelle oder Fließtext, Anzahl der Varianten. Ein paar bewährte Formulierungen:

- „Maximal 80 Wörter."
- „Als Tabelle mit den Spalten Datum, Thema, Text, Hashtags."
- „Gib mir drei Varianten: eine kurze, eine mittlere, eine mit Emojis."
- „Als Liste mit Stichpunkten, die ich ausdrucken und an die Kasse hängen kann."

Ton

Beschreibe den Ton mit zwei oder drei Adjektiven und sag ruhig auch, was du nicht willst. Besonders wirksam: verbotene Wörter nennen. Viele KI-Texte sind voller Floskeln wie „einzigartig“, „mit Leidenschaft“ oder „ein Erlebnis für alle Sinne“. Schreib einfach dazu, dass du die nicht willst.

Die Prompt-Schablone zum Ausfüllen

Diese Schablone kannst du für fast jede Aufgabe verwenden. Kopiere sie dir in eine Notiz auf dem Handy.

PROMPT Universal-Schablone

Du bist [Rolle].

Deine Aufgabe: [Was soll entstehen?]

Hintergrund: [Wer bin ich, wer sind meine Kunden, was ist der Anlass?]

So soll es aussehen: [Länge, Form, Anzahl der Varianten]

Ton: [2–3 Adjektive]. Bitte vermeide: [Floskeln, die du nicht magst].

Wenn dir Informationen fehlen, frag mich, bevor du anfängst.



Ollis Tipp: Der letzte Satz der Schablone ist Gold wert: „Wenn dir Informationen fehlen, frag mich, bevor du anfängst.“ Dann stellt Claude dir erst ein paar gezielte Fragen, statt zu raten. Gerade bei größeren Aufgaben wie einer Webseite spart das viele Korrekturrunden.

Lass Claude den Prompt schreiben

Du weißt nicht, wie du anfangen sollst? Dann dreh den Spieß um und lass dich von Claude interviewen.

PROMPT Claude als Interviewer

Ich möchte einen Flyer für die Eröffnung meines zweiten Ladens gestalten lassen, weiß aber nicht genau, was draufstehen soll. Stell mir nacheinander die Fragen, die du brauchst, um einen richtig guten Flyertext zu schreiben. Immer nur eine Frage auf einmal. Wenn du genug weißt, schreib den Text.

KAPITEL 5

Nachbessern im Gespräch

Der erste Entwurf ist selten perfekt, und das ist völlig normal. Der eigentliche Vorteil der KI liegt darin, dass Nachbessern Sekunden dauert. Profis schreiben nicht den perfekten Prompt, sie führen ein kurzes Gespräch.

Die fünf besten Nachbesserungs-Sätze

1. **„Kürzer."** oder „Halb so lang, bitte."
2. **„Weniger werblich, mehr wie ein Mensch, der seinen Nachbarn etwas erzählt."**
3. **„Gib mir fünf Varianten, damit ich wählen kann."**
4. **„Der zweite Absatz gefällt mir, der Rest nicht. Schreib den Rest im Stil des zweiten Absatzes."**
5. **„Was würdest du an deinem eigenen Text verbessern?"** Claude ist erstaunlich gut darin, die eigenen Schwächen zu finden.

Konkret statt vage

Je genauer deine Rückmeldung, desto besser die nächste Version.

Vage	Konkret
„Gefällt mir nicht."	„Zu förmlich. Wir duzen unsere Kunden."
„Mach es besser."	„Der Anfang ist langweilig. Fang mit einer Frage an."
„Anders."	„Mehr über die Zutaten, weniger über uns."
„Passt nicht."	„Unsere Kunden sind eher 60 plus. Keine Jugendsprache."

Wenn etwas schiefgeht

Claude erfindet Fakten

Wenn Claude Öffnungszeiten, Preise oder Zutaten erfindet, hast du sie vermutlich nicht genannt. Gib die Fakten immer mit und schreib dazu: „Verwende nur die Angaben, die ich dir gebe. Erfinde nichts dazu."

Die Antwort ist zu allgemein

Mehr Kontext geben. Wer sind deine Kunden, was ist dein Anlass, was macht dich anders als die Konkurrenz?

Claude versteht dich falsch

Formuliere neu, statt dieselbe Anweisung zu wiederholen. Oder beginne einen neuen Chat: Manchmal verrennt sich ein Gespräch, und ein frischer Start mit einem besseren ersten Prompt ist schneller.

Der Chat wird sehr lang

In sehr langen Gesprächen verliert Claude manchmal frühe Details aus dem Blick. Bitte dann um eine Zusammenfassung des Stands und beginne damit einen neuen Chat.

PROMPT Stand zusammenfassen für einen neuen Chat

Fasse alles, was wir in diesem Chat über meine Webseite entschieden haben, als Liste zusammen: Inhalte, Farben, Schriften, Aufbau, offene Punkte. Ich möchte damit in einem neuen Chat weiterarbeiten.

Achtung: Prüfe vor dem Veröffentlichen immer selbst: Zahlen, Preise, Öffnungszeiten, Allergene, Namen und alle Versprechen („bio“, „regional“, „vegan“). Für diese Angaben haftest du, nicht die KI.

Fortgeschrittene Kniffe

Schritt für Schritt denken lassen

Bei kniffligen Fragen, etwa einer Kalkulation oder einer Abwägung, hilft der Zusatz: „Denk Schritt für Schritt nach, bevor du antwortest.“ Dann legt Claude seine Überlegungen offen, und du kannst Fehler leichter erkennen.

Große Aufgaben zerlegen

Statt „Mach mir eine komplette Marketingstrategie“ besser in Schritten arbeiten: erst Zielgruppe klären, dann Kanäle auswählen, dann einen Monatsplan, dann einzelne Texte. Jeder Schritt baut auf dem vorherigen auf.

Claude kritisieren lassen

PROMPT Text prüfen lassen

Hier ist ein Text, den ich auf meine Webseite stellen will. Prüfe ihn auf: Rechtschreibung, Verständlichkeit für ältere Menschen, Floskeln und Aussagen, die rechtlich heikel sein könnten (z. B. „bester“, „gesündester“). Liste die Probleme auf und schlag jeweils eine bessere Formulierung vor.

[Text einfügen]

KAPITEL 6

Claude deinen Betrieb beibringen: Projekte und Skills

Nach ein paar Wochen merkst du: Du erklärst Claude immer wieder dieselben Dinge. Wer du bist, wie du klingst, was du verkaufst. Dafür gibt es Projekte und Skills. Mit ihnen richtest du Claude einmal ein, und ab dann weiß Claude Bescheid.

Der Unterschied in einem Satz

- Ein **Projekt** ist ein Ordner mit Wissen: Hier liegt alles über deinen Betrieb, und jeder Chat im Projekt kann darauf zugreifen.
- Ein **Skill** ist eine Arbeitsanleitung: So erledigen wir eine bestimmte Aufgabe, jedes Mal gleich gut.

Dein erstes Projekt: „Mein Betrieb“

Schritt 1: Firmensteckbrief schreiben

Der Firmensteckbrief ist das wichtigste Dokument, das du für die Arbeit mit KI anlegen kannst. Er enthält alles, was eine neue Mitarbeiterin über deinen Laden wissen müsste. Du musst ihn nicht selbst formulieren: Lass dich von Claude interviewen.

PROMPT Firmensteckbrief erstellen lassen

Ich möchte einen Firmensteckbrief für meinen Betrieb erstellen, den ich künftig jedem KI-Auftrag mitgeben kann. Interviewe mich dazu. Frag nacheinander, immer nur eine Frage, nach:
Name und Art des Betriebs, Adresse, Öffnungszeiten, Geschichte, Team, Angebot und Preise, Besonderheiten, typische Kunden, Ton und Ansprache (du oder Sie), Wörter, die wir gerne benutzen, Wörter, die wir nie benutzen, Kanäle (Instagram, Google, Webseite usw.).
Fasse am Ende alles als übersichtlichen Steckbrief zusammen, maximal zwei Seiten.

Schritt 2: Projekt anlegen

1. Klicke in der linken Seitenleiste auf **Projekte** (oder öffne claude.ai/projects).
2. Klicke auf **Neues Projekt** und nenne es zum Beispiel „Bäckerei Müller“.
3. Füge unter **Projektwissen** (bzw. Dateien) deinen Firmensteckbrief, deine aktuelle Preisliste oder Speisekarte und zwei, drei gute Texte von dir ein.
4. Schreib unter **Anweisungen** ein paar feste Regeln.

PROMPT Beispiel für Projektanweisungen

Du unterstützt die Bäckerei Müller in Karlsruhe-Durlach bei Marketing und Texten.
- Nutze immer die Angaben aus dem Firmensteckbrief. Erfinde keine Preise, Zeiten oder Zutaten.
- Wir duzen auf Instagram und siezen auf Google und in E-Mails.
- Ton: herzlich, bodenständig, mit leisem Humor. Keine Werbefloskeln.
- Unterschreibe Bewertungsantworten mit „Sabine Müller und Team“.
- Wenn dir etwas fehlt, frag nach.

Ab jetzt startest du alle Marketing-Chats innerhalb dieses Projekts. Claude kennt dann deinen Betrieb, ohne dass du ihn jedes Mal erklärst.



Ollis Tipp: Halte den Steckbrief aktuell. Neue Preise, neue Öffnungszeiten, neues Produkt: Datei im Projekt austauschen, fertig. Das dauert eine Minute und verhindert, dass Claude mit alten Angaben arbeitet.

Dein erster Skill

Ein Skill lohnt sich, wenn du eine Aufgabe immer wieder gleich erledigt haben willst. Eine gute Faustregel aus der Praxis: Wenn du Claude etwas zum dritten Mal erklärst, gehört es in einen Skill.

Wie ein Skill aufgebaut ist

Technisch ist ein Skill ein kleiner Ordner mit einer Textdatei namens **SKILL.md**. Darin steht oben kurz, wofür der Skill da ist und wann Claude ihn benutzen soll, darunter die eigentliche Anleitung. In der einfachsten Form ist ein Skill nur ein paar Absätze Text.

Der einfachste Weg: Claude baut den Skill für dich

Du musst die Datei nicht selbst schreiben. Beschreibe Claude deinen Arbeitsablauf, und Claude erstellt den Skill. Je nach Oberfläche bietet Claude dir den fertigen Skill direkt zum Speichern an, oder du lädst die Datei in den Einstellungen hoch.

PROMPT Skill erstellen lassen

Erstelle mir einen Skill namens „Bewertungsantwort“. Er soll immer dann greifen, wenn ich eine Google-Bewertung einfüge und um eine Antwort bitte.
Regeln:
- Bei 4–5 Sternen: herzlich bedanken, ein konkretes Detail aus der Bewertung aufgreifen, zum Wiederkommen einladen. Höchstens 3 Sätze.
- Bei 1–3 Sternen: sachlich bleiben, nicht rechtfertigen, Verständnis zeigen, eine konkrete Lösung oder ein Gespräch anbieten (Telefon 0721 123456). Höchstens 4 Sätze.
- Immer siezen, außer der Kunde duzt.
- Unterschrift: „Sabine Müller und Team“.
- Niemals Kundendaten nennen oder Vorwürfe zurückgeben.

So könnte die fertige Skill-Datei in etwa aussehen:

```
---
name: bewertungsantwort
description: Antworten auf Google-Bewertungen der Bäckerei
  Müller schreiben. Nutzen, wenn eine Bewertung eingefügt wird.
---
# Bewertungsantwort

Bei 4-5 Sternen: herzlich danken, ein Detail aufgreifen,
zum Wiederkommen einladen. Höchstens 3 Sätze.

Bei 1-3 Sternen: sachlich bleiben, Verständnis zeigen,
Lösung anbieten (Tel. 0721 123456). Höchstens 4 Sätze.

Immer siezen, außer der Kunde duzt.
Unterschrift: Sabine Müller und Team
```

Skill-Ideen für kleine Betriebe

Skill	Was er erledigt
Bewertungsantwort	Google-Bewertungen in deinem Ton beantworten
Wochenpost	jeden Montag einen Post zum Wochenangebot schreiben
Angebotsschreiben	aus Stichpunkten ein sauberes Angebot im Firmenlayout
Stellenanzeige	Anzeigen in deinem Stil, mit festen Angaben zu Leistungen
Kundenanfrage	typische Fragen per E-Mail oder WhatsApp beantworten

Skill	Was er erledigt
Speisekarten-Update	neue Gerichte im Stil der bestehenden Karte beschreiben

Achtung: Nutze nur Skills, die du selbst erstellt hast oder die aus vertrauenswürdigen Quellen stammen, etwa die offiziellen Skills von Anthropic. Ein Skill ist eine Anweisung an die KI, und ein fremder Skill könnte Claude zu Dingen anweisen, die du nicht willst.

Projekt, Skill oder einfach ein Chat?

Situation	Am besten
einmalige Frage oder Aufgabe	normaler Chat
du arbeitest öfter zum selben Thema (z. B. dein Betrieb, deine Webseite)	Projekt
du willst eine Aufgabe immer gleich erledigt haben	Skill
beides	Projekt mit deinem Wissen, Skill für die Abläufe

TEIL 3

Sichtbar werden

Google, Bewertungen, Instagram, WhatsApp und Flyer: Wie KI dir die Arbeit an deinen Kanälen abnimmt.



KAPITEL 7

Das Google-Unternehmensprofil

Wenn jemand „Bäckerei in der Nähe“ oder „Pizza Durlach“ in Google eintippt, erscheint oben eine Karte mit drei Betrieben. Wer dort auftaucht, bekommt die Kunden. Das Google-Unternehmensprofil (früher „Google My Business“) entscheidet, ob du dabei bist. Es ist kostenlos und für lokale Betriebe der wichtigste Kanal überhaupt, oft wichtiger als die eigene Webseite.

Viele Kunden rufen direkt aus dem Profil an, lassen sich die Route anzeigen und kommen vorbei, ohne jemals deine Webseite zu öffnen.

Das Profil einrichten oder übernehmen

1. Öffne **business.google.com** und melde dich mit einem Google-Konto an.
2. Suche deinen Betrieb. Oft existiert schon ein Eintrag, den Kunden angelegt haben. Dann klickst du auf „Inhaberschaft beanspruchen“.
3. Lass dein Profil **bestätigen** (verifizieren). Google prüft per Postkarte, Telefon, E-Mail oder Video, dass der Betrieb dir gehört. Erst danach kannst du Beiträge schreiben und auf Bewertungen antworten.
4. Fülle **alle** Felder aus: Kategorie, Adresse, Öffnungszeiten (auch Feiertage!), Telefon, Webseite, Leistungen, Attribute (z. B. „rollstuhlgerecht“, „Kartenzahlung“).

Die Beschreibung mit Claude schreiben

Die Unternehmensbeschreibung darf bis zu 750 Zeichen lang sein. Nutze sie.

PROMPT Google-Beschreibung

Schreib eine Beschreibung für das Google-Unternehmensprofil meines Betriebs. Maximal 750 Zeichen inklusive Leerzeichen.
Inhalt: Wer wir sind, was wir anbieten, was uns besonders macht, für wen wir da sind.
Nenne den Ort und den Stadtteil natürlich im Text, weil Kunden danach suchen.
Keine Links, Preise oder Rabattaktionen und keine Großbuchstaben-Werbung (das lassen Googles Richtlinien für die Beschreibung nicht zu).
Hier mein Steckbrief: [Steckbrief einfügen]

Fotos: der unterschätzte Hebel

Laut Google erhalten Unternehmen mit Fotos auf ihren Profilen 42 Prozent mehr Anfragen für Wegbeschreibungen in Google Maps und 35 Prozent mehr Klicks auf ihre Webseite als Unternehmen ohne Fotos. Lade also echte Fotos hoch: Außenansicht (damit man dich findet), Innen-

raum, Team bei der Arbeit, Produkte, Speisen.



Ollis Tipp: Mach einmal im Monat fünf neue Fotos mit dem Handy, am besten bei Tageslicht am Fenster. Claude kann dir sagen, was auf deinen Fotos verbessert werden könnte: Lade ein Foto hoch und frag: „Wie kann ich dieses Produktfoto mit dem Handy besser machen?“

Beiträge: Dein Schaufenster bei Google

Im Profil kannst du Beiträge veröffentlichen, die in der Suche und in Google Maps erscheinen. Es gibt verschiedene Arten: Neuigkeiten (Updates), Veranstaltungen, Angebote und Produkte. Ein Beitrag pro Woche reicht.

PROMPT Vier Google-Beiträge auf einmal

Schreib mir vier Google-Beiträge für die nächsten vier Wochen für [Betrieb]. Je Beitrag: Art (Neuigkeit, Angebot oder Veranstaltung), Überschrift (max. 58 Zeichen), Text (max. 300 Zeichen), passende Schaltfläche (z. B. „Anrufen“, „Mehr erfahren“).
Anlässe in diesem Monat: [z. B. Martinsgänse ab 11.11., neue Wintersorte, Weihnachtsbestellungen ab 1.12.].

Fragen und Antworten

Bereite Antworten auf die zehn häufigsten Kundenfragen vor. Die kannst du im Profil, auf der Webseite und in WhatsApp verwenden.

PROMPT Häufige Fragen sammeln

Welche 10 Fragen stellen Kunden einer [Pizzeria mit Lieferservice] am häufigsten, bevor sie bestellen oder vorbeikommen? Schreib zu jeder eine kurze, freundliche Antwort. Lass Platz für meine konkreten Angaben in [eckigen Klammern], wo du sie nicht wissen kannst.

KAPITEL 8

Bewertungen

Bewertungen sind die Mundpropaganda des Internets. Laut BrightLocal lesen 97 Prozent der Verbraucher Bewertungen für lokale Unternehmen. Und es zählt nicht nur, was Kunden schreiben, sondern auch, wie du antwortest: Wer auf jede Bewertung reagiert, zeigt, dass ihm seine Kunden wichtig sind. Auch Google selbst empfiehlt, auf Bewertungen zu reagieren, auch auf negative.

Die goldenen Regeln für Antworten

- **Jede Bewertung beantworten**, auch die mit fünf Sternen ohne Text.
- **Schnell sein**: am besten innerhalb von zwei, drei Tagen.
- **Persönlich**: ein Detail aus der Bewertung aufgreifen, keine Textbausteine.
- **Bei Kritik**: bedanken, Verständnis zeigen, nicht rechtfertigen, Lösung anbieten, das Gespräch außerhalb von Google suchen.
- **Nie**: beleidigen, Kundendaten nennen, Vorwürfe zurückgeben.

Prompts für Bewertungsantworten

PROMPT Positive Bewertung

Schreib eine kurze Antwort (max. 3 Sätze) auf diese 5-Sterne-Bewertung unserer [Bäckerei]. Greif ein konkretes Detail auf, bedanke dich herzlich und lade zum Wiederkommen ein. Sie-Form, Unterschrift „[Name] und Team".
Bewertung: „[einfügen]"

PROMPT Negative Bewertung

Hier ist eine 2-Sterne-Bewertung unseres [Friseursalons]: „[einfügen]"
Was tatsächlich passiert ist: [deine Sicht in 1–2 Sätzen].
Schreib eine sachliche, freundliche Antwort, max. 4 Sätze. Zeig Verständnis, rechtfertige dich nicht, biete ein Gespräch unter [Telefon/E-Mail] an. Die Antwort wird öffentlich gelesen: Sie soll auch auf andere Leser souverän wirken.

PROMPT Unfaire oder falsche Bewertung

Diese Bewertung halte ich für unfair, weil [Grund, z. B. die Person war nie bei uns]. Bewertung: „[einfügen]“
Schreib eine kurze, ruhige öffentliche Antwort, die sachlich klarstellt, ohne anzugreifen. Und sag mir, welche Möglichkeiten ich bei Google habe, eine Bewertung prüfen zu lassen.

Mehr Bewertungen bekommen

Die meisten zufriedenen Kunden bewerten nicht, weil niemand sie fragt. So geht es besser:

- Erstelle in deinem Google-Profil einen **Link zum Bewerten** und mach daraus einen QR-Code (z. B. in Canva).
- Stell einen kleinen Aufsteller an die Kasse oder leg Kärtchen in die Tüte.
- Frag zufriedene Stammkunden persönlich.

PROMPT Text für den Bewertungs-Aufsteller

Schreib einen kurzen, sympathischen Text für einen Aufsteller an unserer Kasse, der Kunden bittet, uns bei Google zu bewerten. Daneben steht ein QR-Code. Maximal 25 Wörter, nicht bettelnd, mit einem Augenzwinkern. Gib mir 5 Varianten.

Achtung: Kaufe niemals Bewertungen, schreibe keine Bewertungen für dich selbst und biete keine Belohnungen (Rabatt, Gratiskaffee) im Tausch gegen positive Bewertungen an. Das verstößt gegen die Google-Richtlinien und kann als unlautere Werbung abgemahnt werden.

KAPITEL 9

Social Media mit KI

Instagram und Facebook sind für lokale Betriebe Schaufenster und Stammtisch zugleich. Das Problem ist selten die Idee, sondern die Regelmäßigkeit: Nach drei Wochen Begeisterung schläft der Kanal ein. Mit KI erstellst du in 30 Minuten einen Plan für den ganzen Monat.

Was gut funktioniert

- **Menschen**: dein Team, die Backstube um 4 Uhr morgens, der Pizzaiolo beim Teigwerfen
- **Prozesse**: wie entsteht euer Produkt? Kurze Videos laufen besonders gut
- **Aktuelles**: Tagesangebot, neue Sorte, Saisonstart
- **Lokales**: Stadtfest, Fußballspiel, Wetter
- **Kunden**: Fragen beantworten, Stammkunden vorstellen (nur mit Einverständnis)

Der Monatsplan

PROMPT Instagram-Monatsplan

Du bist Social-Media-Managerin für kleine lokale Betriebe.
Erstelle einen Instagram-Plan für [Monat] für [Betrieb, Ort].
12 Beiträge, 3 pro Woche. Für jeden Beitrag als Tabelle:
Datum | Format (Foto, Karussell, Reel, Story) | Bildidee (was ich fotografieren oder filmen soll) | Bildunterschrift (max. 3 Sätze) | 5 Hashtags mit Ortsbezug.
Berücksichtige diese Anlässe: [z. B. Muttertag, Spargelsaison, Brückentag].
Unsere Kunden: [kurz beschreiben]. Ton: [Ton].
Mindestens 4 Beiträge sollen Menschen aus unserem Team zeigen.



Ollis Tipp: Bitte Claude, den Plan als Tabelle zu erstellen, und lass ihn dir als Artefakt öffnen. So kannst du ihn ausdrucken und in der Küche aufhängen. Abhaken macht Spaß.

Bildunterschriften zu deinem Foto

Du hast ein schönes Foto gemacht und weißt nicht, was du schreiben sollst? Lade es bei Claude hoch.

PROMPT Text zum Foto

[Foto hochladen]
Das ist ein Foto aus unserer [Backstube]. Schreib drei mögliche Instagram-Bildunterschriften dazu: eine witzige, eine informative, eine emotionale. Jeweils max. 2 Sätze plus 5 Hashtags.

Reels und kurze Videos

Kurze Videos erreichen auf Instagram oft deutlich mehr Menschen als Fotos. Du brauchst kein Studio, dein Handy reicht. Claude hilft dir beim Drehbuch.

PROMPT Drehbuch für ein 20-Sekunden-Reel

Schreib ein Drehbuch für ein 20-Sekunden-Instagram-Reel, das ich allein mit dem Handy drehen kann. Thema: [wie unser Sauerteigbrot entsteht]. Gliedere es in 4–5 Einstellungen mit Dauer, was zu sehen ist und welchen kurzen Text ich einblende. Schlag einen passenden Musikstil vor. Am Ende soll ein klarer Hinweis stehen, wann und wo es das Brot gibt.

Hashtags

Hashtags sind Schlagworte mit Raute, etwa #Karlsruhelsst. Für lokale Betriebe gilt: lieber wenige passende mit Ortsbezug als 30 allgemeine.

PROMPT Hashtag-Sammlung

Erstelle mir eine Sammlung von 30 Hashtags für eine [Pizzeria in Karlsruhe], aufgeteilt in drei Gruppen: lokale Hashtags (Stadt, Stadtteil, Region), Branchen-Hashtags und Anlass-Hashtags. Markiere die 10, die ich am häufigsten verwenden sollte.

KAPITEL 10

WhatsApp Business und Newsletter

Ein Post auf Instagram erreicht nur einen Teil deiner Follower. Eine WhatsApp-Nachricht oder ein Newsletter landet direkt auf dem Handy oder im Postfach. Für Stammkunden ist das der direkteste Draht.

WhatsApp Business

Die WhatsApp-Business-App ist eine eigene App für Betriebe und kostenlos. Sie bietet unter anderem:

- **Unternehmensprofil** mit Adresse, Öffnungszeiten und Webseite
- **Katalog**: deine Produkte mit Fotos und Preisen, bis zu 500 Artikel
- **Begrüßungs- und Abwesenheitsnachrichten**, die automatisch verschickt werden
- **Schnellantworten**: gespeicherte Antworten auf typische Fragen, abrufbar per Kurzbefehl
- **Labels**, um Chats zu sortieren (z. B. „Tortenbestellung“, „erledigt“)

Achtung: Nutze für WhatsApp Business am besten eine eigene Geschäftsnummer, nicht deine private. Und schick niemandem Werbung, der nicht ausdrücklich zugestimmt hat. Werbung ohne Einwilligung ist in Deutschland unzulässig. WhatsApp gilt zudem als datenschutzrechtlich nicht unproblematisch; informiere dich, bevor du Kundendaten darüber verarbeitest.

PROMPT Texte für WhatsApp Business

Schreib mir für die WhatsApp-Business-App meiner [Bäckerei]:
1. eine Begrüßungsnachricht für neue Kontakte (max. 2 Sätze),
2. eine Abwesenheitsnachricht außerhalb der Öffnungszeiten [Zeiten],
3. zehn Schnellantworten auf typische Fragen (Öffnungszeiten, Vorbestellung, Tortenbestellung, Allergene, Parkplätze, Kartenzahlung, Lieferung, Preise belegte Brötchen, Feiertage, Gutscheine), jeweils mit einem kurzen Kürzel wie /zeiten.
Lass Platz für meine Angaben in [eckigen Klammern].

Newsletter und WhatsApp-Kanal

Ein Newsletter muss nicht aufwendig sein. Eine kurze Nachricht pro Woche oder Monat mit Angebot, Neuigkeit und einem persönlichen Satz reicht.

PROMPT Wochen-Newsletter

Schreib einen kurzen Newsletter für die Stammkunden meiner [Pizzeria]. Inhalt: Mittagstisch der nächsten Woche [Gerichte und Preise], ein neues Gericht [Name], ein persönlicher Satz vom Chef. Betreff max. 40 Zeichen. Text max. 120 Wörter. Locker und herzlich.

Gut zu wissen: Für E-Mail-Newsletter brauchst du die ausdrückliche Einwilligung deiner Kunden, in der Regel mit Bestätigung per E-Mail (Double-Opt-in). Newsletter-Dienste wie Brevo oder Mailchimp erledigen das technisch für dich.

KAPITEL 11

Flyer, Plakate und Bilder

Für Gestaltung brauchst du kein Grafikstudium mehr. Die Kombination aus Claude (für Text und Idee) und Canva (für die Gestaltung) reicht für fast alles, was ein kleiner Betrieb braucht.

Der Ablauf

1. **Claude schreibt den Text** und schlägt Aufbau und Gestaltung vor.
2. **Canva liefert die Vorlage.** Such nach „Flyer Bäckerei“ oder „Speisekarte Pizzeria“ und wähle eine Vorlage.
3. **Du setzt Text, Logo und eigene Fotos ein** und passt die Farben an.

PROMPT Flyer-Text und Gestaltungsidee

Ich gestalte in Canva einen DIN-A5-Flyer für [die Neueröffnung unseres zweiten Salons am 1. März]. Schreib mir:
- eine Überschrift (max. 6 Wörter) in drei Varianten,
- einen Untertitel,
- 3–4 kurze Stichpunkte,
- eine Handlungsaufforderung (z. B. Gutschein, Termin buchen),
- Vorschläge für Farben, Bildmotiv und Aufbau, passend zu unseren Farben [Farben].

Claude als Designer

Claude kann auch selbst gestalten: Plakate, Speisekarten, Social-Media-Grafiken oder Aushänge. Das Ergebnis öffnet sich als Artefakt und lässt sich als PDF oder Bild speichern und ausdrucken.

PROMPT Aushang direkt gestalten lassen

Gestalte mir einen DIN-A4-Aushang für unser Schaufenster: „Wir suchen Verstärkung: Verkäufer/in in Teilzeit (20 Std.)“. Farben: Creme und Dunkelbraun. Groß und von der Straße lesbar. Unten ein Hinweis: „Einfach drinnen nachfragen oder Mail an [Adresse]“. Ich möchte ihn als PDF ausdrucken.

KI-Bilder: was geht und was nicht

Mit Bildgeneratoren (etwa in ChatGPT oder Canva) erzeugst du Bilder aus einer Beschreibung. Das ist praktisch für Hintergründe, Illustrationen, Stimmungsbilder und Grafiken. Für deine Produkte gilt aber:

Achtung: Zeige in der Werbung echte Fotos deiner echten Produkte. Ein KI-Bild einer Torte, die du so nicht verkaufst, kann irreführende Werbung sein. Seit dem 2. August 2026 gilt außerdem: Täuschend echte KI-Bilder von Personen, Gegenständen oder Orten (sogenannte Deepfakes) müssen klar als KI-erzeugt gekennzeichnet werden. Erkennbar künstliche Illustrationen, etwa im Comic-Stil, sind meist unkritisch. Mehr dazu in Kapitel 17.



Ollis Tipp: Eine gute Mischung: echtes Produktfoto vorne, KI-Illustration oder Canva-Grafik als Hintergrund. So bleibt dein Produkt ehrlich und die Gestaltung trotzdem schön.

TEIL 4

Deine Webseite mit Claude

Von der Idee bis zur eigenen Internetadresse – ohne Programmierkenntnisse, ohne Agentur, an einem Nachmittag.



KAPITEL 12

Die Webseite planen

Eine Webseite bei einer Agentur kostet schnell mehrere hundert bis einige tausend Euro. Mit Claude baust du eine schöne, schnelle, handyfreundliche Seite selbst, und zahlst im Wesentlichen nur die Domain. Das Geheimnis: Claude schreibt den Programmcode (HTML) für dich. Du musst ihn weder verstehen noch anfassen.

Was eine gute Seite für einen lokalen Betrieb braucht

Für die meisten kleinen Betriebe reicht eine **einseitige Webseite** (Fachleute sagen „One-pager"): eine lange Seite, durch die man nach unten scrollt, mit diesen Abschnitten.

Abschnitt	Inhalt
Kopfbereich	Logo, Name, ein Satz, was du machst, großes Foto, Knopf „Anrufen" oder „Route"
Über uns	3–5 Sätze Geschichte, Foto vom Team
Angebot	Sortiment, Speisekarte, Leistungen mit Preisen
Öffnungszeiten	übersichtlich, mit Hinweis auf Feiertage
Anfahrt	Adresse, Parkmöglichkeiten, Link zu Google Maps
Kontakt	Telefon (anklickbar), E-Mail, ggf. WhatsApp
Fußzeile	Links zu Impressum und Datenschutz (Pflicht!)

Dazu kommen zwei kleine Unterseiten: **Impressum** und **Datenschutzerklärung**.

Die Material-Checkliste

Sammle vorher alles in einem Ordner auf deinem Computer. Je vollständiger dein Material, desto schneller geht es.

- [ ] Name, Adresse, Telefon, E-Mail
- [ ] Öffnungszeiten (inkl. Ruhetag, Feiertagsregel)
- [ ] Angebot oder Speisekarte mit Preisen (als Text, PDF oder Foto)
- [ ] 5–10 eigene Fotos: Laden außen, innen, Team, Produkte
- [ ] Logo (am besten als PNG mit transparentem Hintergrund)
- [ ] deine Farben (z. B. aus dem Logo)
- [ ] 2–3 Webseiten, die dir gefallen, als Vorbild

- [ ] Texte für Impressum und Datenschutz (siehe Kapitel 17)



Ollis Tipp: Gib deinen Fotos vorher einfache Namen ohne Leerzeichen und Umlaute, zum Beispiel `laden.jpg`, `team.jpg`, `brot1.jpg`. Das brauchst du gleich, damit Claude die Bilder an der richtigen Stelle einbauen kann. Verkleinere große Handyfotos vorher (z. B. auf 1600 Pixel Breite), damit die Seite schnell lädt.

Was du entscheiden solltest

Bevor du Claude den Auftrag gibst, überleg kurz:

1. **Wer soll die Seite besuchen?** Neukunden, die dich googeln? Stammkunden, die die Mittagskarte suchen? Bewerber?
2. **Was sollen sie danach tun?** Anrufen, vorbeikommen, bestellen, einen Termin buchen?
3. **Welche Stimmung?** Rustikal, modern, verspielt, edel?

Die Antworten gehören in deinen Prompt.

KAPITEL 13

Die Webseite bauen: Schritt für Schritt

Jetzt geht es los. Plane zwei bis drei Stunden ein, inklusive Kaffeepause.

Schritt 1: Neuen Chat starten

Öffne Claude, am besten am Computer, und starte einen neuen Chat, oder einen Chat in deinem Betriebs-Projekt aus Kapitel 6. Dann kennt Claude deine Angaben schon.

Schritt 2: Der Bau-Prompt

Das ist der wichtigste Prompt dieses Kapitels. Passe alles in Klammern an.

PROMPT Der große Webseiten-Prompt

Du bist ein erfahrener Webdesigner für kleine lokale Betriebe.

Erstelle mir eine einseitige, moderne Webseite als eine einzige HTML-Datei für:
[Bäckerei Müller, Pfinztalstraße 12, 76227 Karlsruhe-Durlach, Tel. 0721 123456, info@baeckerei-mueller.de]

Zielgruppe: [Familien und ältere Menschen aus dem Viertel, Pendler am Morgen].
Ziel der Seite: Besucher sollen [vorbeikommen oder Torten vorbestellen].

Abschnitte:
1. Kopfbereich mit großem Foto (laden.jpg), Name, Slogan „[Slogan]“ und zwei Knöpfen: „Anrufen“ und „Route planen“ (Link zu Google Maps)
2. Über uns mit Foto (team.jpg): [3–5 Sätze Geschichte]
3. Unser Sortiment in Kärtchen mit Fotos (brot1.jpg, kuchen1.jpg, broetchen.jpg): [Angebot mit Preisen]
4. Öffnungszeiten als übersichtliche Tabelle: [Zeiten]
5. Anfahrt mit Adresse und Parkhinweis: [Hinweis]
6. Kontakt: Telefon und E-Mail anklickbar
7. Fußzeile mit Links zu impressum.html und datenschutz.html

Gestaltung: [warm, handwerklich, viel Weißraum]. Farben: [Creme #F7F1E5, Dunkelbraun #4A2E1F, Akzent Orange #E0782F]. Gut lesbare, große Schrift, auch für ältere Menschen.

Technik:
- Muss auf dem Handy perfekt aussehen.
- Die Bilder liegen später im selben Ordner wie die HTML-Datei; verwende genau die genannten Dateinamen.
- Binde keine externen Dienste ein: keine Google Fonts von Google-Servern, kein Google-Maps-Fenster, keine Cookies, kein Tracking. Verwende Systemschriften.
- Ergänze einen aussagekräftigen Seitentitel und eine Meta-Beschreibung für Google.

Bevor du anfängst: Wenn dir wichtige Angaben fehlen, frag mich.

Claude stellt dir eventuell ein paar Rückfragen. Dann baut Claude die Seite. Sie erscheint als **Artefakt** neben dem Chat, und du siehst sofort eine Vorschau.

Gut zu wissen: Warum „keine externen Dienste“? Eine Webseite, die zum Beispiel Schriften direkt von Google-Servern lädt oder eine Google-Karte einbettet, überträgt beim Aufruf Daten deiner Besucher an Dritte. Dafür brauchst du dann einen Hinweis in der Datenschutzerklärung und teils eine Einwilligung per Cookie-Banner. Deutsche Gerichte haben deswegen schon Abmahnungen bestätigt. Ohne externe Dienste bleibt deine Seite einfach und datensparsam. Ein normaler Link zu Google Maps ist dagegen unproblematisch, weil erst beim Klick etwas passiert.

Schritt 3: Fotos in der Vorschau

In der Vorschau siehst du an den Stellen der Fotos eventuell nur Platzhalter oder leere Rahmen. Das ist richtig so: Die Fotos kommen erst dazu, wenn du die Seite mit den Bilddateien in einen Ordner legst (Schritt 6). Wenn du die Wirkung schon vorher sehen willst, bitte Claude: „Zeig in der Vorschau farbige Platzhalter mit dem Bildnamen, damit ich das Layout beurteilen kann."

Schritt 4: Verfeinern im Gespräch

Jetzt kommt der spaßige Teil. Schau dir die Vorschau an und sag Claude, was du ändern willst. Immer nur ein bis drei Änderungen auf einmal, dann wird es präziser.

PROMPT Typische Änderungswünsche

- „Die Überschrift im Kopfbereich soll größer und fetter sein."
- „Mach den Anrufen-Knopf auf dem Handy unten am Bildschirm fest, damit man immer anrufen kann."
- „Die Farben wirken zu dunkel. Mach den Hintergrund heller."
- „Füge zwischen Sortiment und Öffnungszeiten einen Abschnitt mit drei Kundenstimmen ein: [Zitate mit Vornamen, nur mit Einverständnis]."
- „Die Sortiments-Kärtchen sollen auf dem Handy untereinander stehen, nicht nebeneinander."
- „Füge oben eine Navigationsleiste mit Sprungmarken zu den Abschnitten ein."
- „Ergänze einen Hinweis-Balken ganz oben: ‚Vom 24.12. bis 2.1. geschlossen'."



Ollis Tipp: Du kannst Claude auch einen Screenshot einer Webseite schicken, die dir gefällt, und schreiben: „Gestalte meine Seite in einem ähnlichen Stil, aber mit meinen Farben und Inhalten." Kopiere aber keine fremden Texte oder Bilder.

Schritt 5: Impressum und Datenschutz

Jede geschäftliche Webseite braucht ein Impressum und eine Datenschutzerklärung. Erstelle die Texte mit einem seriösen Generator (siehe Kapitel 17), zum Beispiel von eRecht24 oder Datenschutz-Generator.de, und lass Claude daraus passende Seiten bauen.

PROMPT Rechtsseiten im Design der Webseite

Erstelle zwei weitere HTML-Dateien im gleichen Design wie meine Webseite: impressum.html und datenschutz.html. Oben jeweils ein Link „Zurück zur Startseite" (index.html). Füge die folgenden Texte unverändert ein, nur sauber formatiert. Ändere am Inhalt nichts.
Impressum: [Text aus dem Generator]
Datenschutz: [Text aus dem Generator]

Schritt 6: Dateien herunterladen und Ordner anlegen

1. Lade die Webseite aus dem Artefakt herunter (über den Knopf zum Herunterladen bzw. Kopieren) und speichere sie als **index.html**. Der Name ist wichtig: Webserver suchen automatisch nach einer Datei namens index.html.
2. Speichere ebenso **impressum.html** und **datenschutz.html**.
3. Lege alle drei Dateien zusammen mit deinen Fotos in **einen Ordner**, etwa „webseite-mueller“.
4. Öffne index.html per Doppelklick in deinem Browser. Jetzt siehst du die Seite mit deinen echten Fotos, so wie sie später online aussieht.

```
webseite-mueller/
  index.html
  impressum.html
  datenschutz.html
  laden.jpg
  team.jpg
  brot1.jpg
  kuchen1.jpg
  broetchen.jpg
```

Achtung: Prüfe die fertige Seite Wort für Wort: Telefonnummer anklicken, E-Mail-Link testen, Öffnungszeiten und Preise kontrollieren, Impressum vollständig? Schau sie dir auch auf dem Handy an. Ein falscher Preis oder eine falsche Telefonnummer kostet dich mehr als jede Stunde Kontrolle.

KAPITEL 14

Die Webseite online stellen

Deine Seite liegt jetzt auf deinem Computer. Damit sie jeder im Internet sehen kann, braucht sie einen Platz auf einem Server (das nennt man **Hosting**) und eine Adresse (die **Domain**).

Drei Wege im Vergleich

Weg	Aufwand	Kosten	Eigene Domain	Geeignet für
A: Claude-Link teilen	1 Minute	0 €	nein	Vorschau, Abstimmung mit Partner oder Team
B: Netlify Drop + eigene Domain	ca. 30 Minuten	Domain ab ca. 1 € im ersten Jahr	ja	die meisten kleinen Betriebe
C: Hosting-Paket (z. B. Strato, IONOS)	ca. 1 Stunde	einige Euro pro Monat	ja, oft inklusive	wer auch E-Mail-Postfächer mit eigener Adresse will

Weg A: Den Claude-Link teilen

Artefakte kannst du über den Teilen-Knopf als Link weitergeben. Für eine schnelle Vorschau ist das ideal: Schick den Link deiner Partnerin oder deinem Team und hol dir Feedback. Als dauerhafte Firmenwebseite eignet sich das weniger, weil die Seite in Claudes Ansicht bleibt und keine eigene Domain hat.

Weg B: Netlify Drop – der einfachste Weg zur echten Webseite

Netlify ist ein Dienst, der Webseiten ins Internet stellt. Für kleine, einfache Seiten wie deine ist das kostenlos. Das Besondere: **Netlify Drop**. Du ziehst deinen Ordner einfach ins Browserfenster, und wenige Sekunden später ist die Seite online.

1. Lege unter **netlify.com** ein kostenloses Konto an (mit E-Mail oder Google-Konto).
2. Öffne **app.netlify.com/drop**.
3. Ziehe deinen **ganzen Ordner** „webseite-mueller“ mit der Maus in das Feld.
4. Nach ein paar Sekunden ist deine Seite live unter einer Adresse wie `zufallsname-123.netlify.app`.
5. Klick die Adresse an und prüfe alles, auch auf dem Handy.
6. In den Einstellungen des Projekts kannst du den Namen ändern, z. B. in `baeckerei-mueller.netlify.app`.

Achtung: Melde dich unbedingt vorher an. Ohne Anmeldung ist eine per Drop hochgeladene Seite nur kurz online (laut Netlify etwa eine Stunde) und muss danach „beansprucht“ werden, sonst verschwindet sie. Mit Konto bleibt sie dauerhaft.

Die eigene Domain

`baeckerei-mueller.netlify.app` funktioniert, wirkt aber nicht so professionell wie `baeckerei-mueller.de`. Eine eigene .de-Domain kostet bei vielen Anbietern im ersten Jahr etwa einen Euro, danach je nach Anbieter grob zwischen 5 und 15 Euro im Jahr.

Den richtigen Namen finden

- kurz, leicht zu buchstabieren, ohne Umlaute (ä → ae)
- am besten Name plus Ort: `baeckerei-mueller-durlach.de`
- vorher prüfen, ob die Adresse frei ist (bei jedem Domain-Anbieter oder bei denic.de)

PROMPT Domain-Ideen

Schlag mir 15 mögliche .de-Domains für meinen Betrieb vor: [Bäckerei Müller in Karlsruhe-Durlach]. Kurz, leicht zu merken, ohne Umlaute, gern mit Ortsbezug. Sortiere nach meiner Empfehlung. Hinweis: Ich prüfe die Verfügbarkeit selbst.

Domain mit Netlify verbinden

1. Kaufe die Domain bei einem Anbieter deiner Wahl. Alternativ kannst du sie direkt bei Netlify kaufen, dann entfällt das Verbinden.
2. Öffne in Netlify dein Projekt und wähle **Domain management** und dann **Add a domain**.
3. Gib deine Domain ein. Netlify zeigt dir an, welche Einträge du beim Domain-Anbieter ändern musst (sogenannte DNS-Einträge oder Nameserver).
4. Trage diese Werte beim Domain-Anbieter ein. Die meisten Anbieter haben dafür eine Anleitung.
5. Nach einigen Minuten bis Stunden ist deine Seite unter der eigenen Adresse erreichbar, inklusive sicherer Verbindung (https, das Schloss im Browser).



Ollis Tipp: Wenn du bei den DNS-Einträgen hängen bleibst: Mach einen Screenshot der Netlify-Anleitung und einen Screenshot der Einstellungsseite deines Domain-Anbieters, lade beide bei Claude hoch und frag: „Was genau muss ich wo eintragen?“ Claude erklärt es dir Schritt für Schritt.

Weg C: Ein klassisches Hosting-Paket

Wenn du auch E-Mail-Adressen wie `info@baeckerei-mueller.de` haben willst, ist ein Paket bei einem deutschen Anbieter wie Strato oder IONOS bequem. Dort sind Domain, Speicherplatz und E-Mail-Postfächer meist zusammen enthalten. Die Dateien lädst du über den Dateimanager im Kundenbereich hoch. Frag Claude nach einer Anleitung für deinen Anbieter.

Der letzte Schritt: Bei Google bekannt machen

1. Trage die Adresse deiner Webseite in dein **Google-Unternehmensprofil** ein.
2. Verlinke sie auf Instagram, Facebook und in WhatsApp Business.
3. Druck sie auf Visitenkarten, Tüten, Kassenbon und Schaufenster.

KAPITEL 15

Pflege und Ausbau

Eine Webseite ist nie ganz fertig. Das Schöne an deiner Claude-Seite: Änderungen dauern Minuten.

Inhalte ändern

Neue Preise, neue Öffnungszeiten, Betriebsurlaub? So gehst du vor:

1. Öffne den alten Chat mit Claude (oder dein Projekt) und lade sicherheitshalber deine aktuelle index.html hoch.
2. Schreib die Änderung, zum Beispiel: „Ändere die Öffnungszeiten am Samstag auf 6 bis 13 Uhr und ergänze ganz oben den Hinweis ‚Betriebsurlaub 4. bis 18. August'. Sonst nichts ändern."
3. Lade die neue Datei herunter, ersetze sie im Ordner und ziehe den Ordner in Netlify erneut in das Upload-Feld deines Projekts.

PROMPT **Kleine Änderung, sonst nichts**

Hier ist meine aktuelle Webseite (index.html). Ändere bitte nur Folgendes: [Änderung]. Lass alles andere exakt so, wie es ist. Sag mir am Ende in einem Satz, was du geändert hast.

Die Seite erweitern

Erweiterung	Prompt-Idee
Zweite Sprache	„Erstelle eine englische Version als index-en.html und füge oben einen Sprachumschalter DE/EN ein."
Speisekarte als eigene Seite	„Baue eine eigene Seite speisekarte.html mit Kategorien, Preisen und Allergenkennzeichnung nach diesem Muster: …"
Galerie	„Füge einen Abschnitt mit einer Fotogalerie aus galerie1.jpg bis galerie8.jpg ein, die sich auf dem Handy wischen lässt."
Stellenangebote	„Füge einen Abschnitt ‚Wir suchen dich' mit zwei Stellenanzeigen ein."
FAQ	„Füge einen Abschnitt mit häufigen Fragen ein, die sich aufklappen lassen."
Besser bei Google	„Ergänze strukturierte Daten für ein lokales Unternehmen (LocalBusiness) mit Adresse, Öffnungszeiten und Telefon."

Wann ein Baukasten besser ist

Claude-Seiten sind ideal für Visitenkarten-Webseiten. Für manche Wünsche ist ein Baukasten (z. B. Jimdo, Wix, Shopify) oder ein spezialisierter Dienst bequemer:

- **Onlineshop mit Bezahlung** → Shopify oder ein anderer Shopbaukasten
- **Online-Terminbuchung** → ein Buchungsdienst, den du verlinkst
- **Tischreservierung oder Lieferbestellung** → Reservierungs- oder Bestellsystem verlinken
- **Viele Mitarbeiter sollen selbst Texte ändern** → Baukasten mit Bearbeitungsoberfläche

Auch dort hilft Claude bei Texten, Struktur und Bildideen.

Wenn etwas nicht funktioniert

Problem	Lösung
Bilder werden nicht angezeigt	Dateiname in der HTML-Datei und im Ordner exakt gleich? Groß- und Kleinschreibung beachten: `Brot1.JPG` ist nicht `brot1.jpg`.
Seite sieht auf dem Handy falsch aus	Screenshot vom Handy machen, bei Claude hochladen: „So sieht es auf dem iPhone aus. Bitte korrigieren.“
Netlify zeigt „Page not found“	Heißt deine Startseite wirklich `index.html`? Liegt sie direkt im Ordner, nicht in einem Unterordner?
Claude hat beim Ändern Dinge kaputt gemacht	Alte Datei aufheben! Lade die alte Version hoch und wiederhole die Änderung mit dem Zusatz: „Ändere nichts anderes.“
Die Seite lädt langsam	Fotos verkleinern. Frag Claude: „Wie verkleinere ich Fotos am Computer kostenlos?“



Ollis Tipp: Lege dir eine Gewohnheit an: Vor jeder Änderung den Ordner kopieren und mit Datum benennen, z. B. „webseite-2026-11-20“. So kannst du immer zur letzten funktionierenden Version zurück.

TEIL 5

Branchen-Rezepte

Fertige Ideen, Wochenroutinen und Prompts für Bäckerei, Gastronomie, Friseur, Handwerk und Einzelhandel.



KAPITEL 16

Fünf Branchen, fünf Rezepte

Jede Branche hat zwei, drei Aufgaben, bei denen KI sofort Zeit spart. In diesem Kapitel findest du für fünf typische Betriebe die besten Einsatzideen, eine Wochenroutine und fertige Prompts. Auch wenn deine Branche nicht dabei ist: Die meisten Ideen lassen sich leicht übertragen.

Die Bäckerei und Konditorei

Die Herausforderung: Frühe Arbeitszeiten, wenig Zeit am Tag, viele wechselnde Angebote, Saisongeschäft (Ostern, Weihnachten), hoher Personalbedarf.

Einsatz	Nutzen
„Heute frisch"-Beiträge für Google und Instagram	Kunden wissen, was es gibt, und kommen gezielt
Saisonaktionen planen	Ostern, Muttertag, Erntedank, Advent rechtzeitig vorbereiten
Allergen- und Zutatenschilder	einheitlich, gut lesbar, schnell aktualisiert
Tortenbestellung erklären	weniger Rückfragen am Telefon
Stellenanzeigen	Verkauf und Backstube attraktiver beschreiben

Wochenroutine (20 Minuten): Montag Wochenplan für Posts erstellen lassen, täglich ein Foto aus der Backstube posten, Freitag Bewertungen der Woche beantworten.

PROMPT Saisonkalender für das ganze Jahr

Erstelle einen Marketing-Jahreskalender für eine Bäckerei in [Ort]. Für jeden Monat: Anlässe (Feiertage, Saison, lokale Feste in [Region]), passende Produkte, eine Aktionsidee und wann ich mit der Vorbereitung beginnen sollte. Als Tabelle.

PROMPT Allergenschilder

Hier ist meine Zutatenliste für [5 Produkte]: [Liste]. Erstelle daraus einheitliche Thekenschilder: Produktname, Preis, eine appetitliche Zeile Beschreibung, Allergene nach den 14 Hauptallergenen der Lebensmittelinformationsverordnung. Markiere alles, wo du unsicher bist, damit ich es prüfe. Erfinde keine Zutaten.

PROMPT Tortenbestellung erklären

Schreib einen kurzen, freundlichen Text für unsere Webseite und einen Aushang: So bestellt man bei uns eine Torte. Infos: Vorlaufzeit [x Tage], Anzahlung [Betrag], Bestellung per [Telefon/WhatsApp/vor Ort], Motivtorten [ja/nein], Abholzeiten [Zeiten]. Mit kleiner Schritt-für-Schritt-Liste.

Achtung: Allergenangaben sind Pflicht und haftungsrelevant. KI kann Fehler machen. Prüfe jedes Schild selbst gegen deine Rezepturen.

Gastronomie: Pizzeria, Restaurant, Imbiss

Die Herausforderung: Starke Konkurrenz, Abhängigkeit von Lieferplattformen mit hohen Provisionen, Bewertungen entscheiden über Neukunden, Speisekarte muss mehrsprachig und aktuell sein.

Einsatz	Nutzen
Speisekarte neu schreiben	appetitliche Beschreibungen verkaufen besser
Mehrsprachige Karte	Touristen, Messegäste, internationale Nachbarn
Bewertungen auf Google und Lieferplattformen beantworten	Vertrauen und besseres Ranking
Mittagstisch-Kommunikation	WhatsApp-Kanal, Aushang, Google-Beitrag in einem Rutsch
Eigene Webseite mit Speisekarte	Gäste finden dich direkt, nicht nur über Plattformen

Wochenroutine (30 Minuten): Donnerstag Mittagskarte der nächsten Woche in WhatsApp, Google und Instagram ankündigen; täglich Bewertungen beantworten; einmal pro Woche ein Reel aus der Küche.

PROMPT Speisekarte aufwerten

Hier ist meine Speisekarte: [einfügen oder Foto hochladen].
1. Schreib zu jedem Gericht eine appetitliche Beschreibung in einem Satz. Zutaten und Preise nicht verändern.
2. Schlag mir vor, welche 3 Gerichte ich hervorheben sollte und warum.
3. Prüfe die Preisgestaltung auf Auffälligkeiten.
4. Erstelle danach die komplette Karte auf Englisch und Italienisch.

PROMPT **Mittagstisch in drei Formaten**

Unser Mittagstisch nächste Woche: [Mo–Fr Gerichte und Preise]. Schreib daraus:
1. eine WhatsApp-Nachricht für unseren Kanal (max. 80 Wörter, mit Emojis),
2. einen Google-Beitrag (max. 300 Zeichen),
3. einen Text für die Tafel vor der Tür (kurz, groß lesbar).

PROMPT **Eigenen Bestellweg bewerben**

Wir möchten, dass mehr Gäste direkt bei uns bestellen statt über Lieferplattformen. Schreib einen kurzen Flyer-Text für die Pizzakartons: Vorteile der Direktbestellung (z. B. [eigener Vorteil wie Rabatt oder Treuepunkte]), Telefonnummer, Webseite. Freundlich, nicht gegen die Plattform wettern.

Friseur, Kosmetik und Nagelstudio

Die Herausforderung: Termingeschäft, Ausfälle durch vergessene Termine, Bilder sind alles, Fachkräftemangel, viele Stammkunden.

Einsatz	Nutzen
Vorher-nachher-Posts	zeigen dein Können (nur mit Einverständnis der Kundin)
Terminerinnerungen und Absage-Regeln	weniger Ausfälle
Pflegetipps als Content	Expertise zeigen, Produkte verkaufen
Preisliste klar formulieren	weniger Diskussionen an der Kasse
Stellenanzeigen	junge Fachkräfte ansprechen

PROMPT **Terminerinnerung und Absageregel**

Schreib mir:
1. eine freundliche Terminerinnerung per SMS oder WhatsApp, die 24 Stunden vorher verschickt wird (max. 2 Sätze, mit Platzhalter für Name, Datum, Uhrzeit),
2. einen kurzen, freundlichen Text für unsere Webseite und den Aushang zu unserer Absageregel: [z. B. bitte bis 24 Std. vorher absagen].
Ton: herzlich, nicht belehrend.

PROMPT **Pflegetipps-Serie**

Plane eine Instagram-Serie „Ein Tipp pro Woche“ für einen Friseursalon: 8 Pflegetipps für [Herbst und Winter], jeweils mit Titel, 3 Sätzen Text und einer Idee, welches Foto oder Kurzvideo ich dazu im Salon machen kann.

PROMPT Stellenanzeige für Fachkräfte

Schreib eine Stellenanzeige für eine Friseurin oder einen Friseur (m/w/d) in [Voll-/Teilzeit] für unseren Salon in [Ort]. Was wir bieten: [Gehalt, Weiterbildung, Arbeitszeiten, Team]. Spricht 20- bis 35-Jährige an, ehrlich, ohne Floskeln wie „junges dynamisches Team“. Eine lange Version für die Webseite und eine kurze für Instagram.

Achtung: Fotos von Kundinnen und Kunden darfst du nur mit deren ausdrücklicher Einwilligung veröffentlichen. Lass dir das am besten schriftlich geben.

Handwerk: Maler, Elektriker, Schreiner, Sanitär

Die Herausforderung: Volle Auftragsbücher, aber wenig Zeit für Büroarbeit; Angebote schreiben frisst Abende; Nachwuchs ist schwer zu finden; Referenzen schaffen Vertrauen.

Einsatz	Nutzen
Angebotsschreiben aus Stichpunkten	spart abendliche Büroarbeit
Kundenanfragen beantworten	schnelle, professionelle Reaktion
Referenzseite auf der Webseite	Vorher-nachher-Fotos überzeugen
Azubi-Werbung	Social Media und Schulflyer
Fachbegriffe für Kunden übersetzen	weniger Missverständnisse

PROMPT Angebot aus Stichpunkten

Formuliere aus diesen Stichpunkten ein freundliches, professionelles Angebotsanschreiben an [Kunde, Frau/Herr]. Stichpunkte: [Leistungen, Material, Zeitraum, Preis netto/brutto, Gültigkeit]. Die Positionen sollen klar und für Laien verständlich sein. Am Ende ein Satz zu den nächsten Schritten. Keine Leistungen oder Preise dazuerfinden.

PROMPT Fachchinesisch übersetzen

Erkläre diese Positionen aus meinem Angebot so, dass ein Laie sie versteht, jeweils in einem Satz: [Positionen, z. B. „Untergrund grundieren mit Tiefgrund LF“].

PROMPT Azubi-Kampagne

Plane eine kleine Kampagne, um einen Azubi als [Elektroniker/in] zu finden: 4 Instagram-Posts, einen Flyer-Text für Schulen und einen kurzen Text für unsere Webseite. Zielgruppe: 15- bis 18-Jährige und ihre Eltern. Ehrlich zeigen, wie ein Arbeitstag aussieht, was man verdient [Ausbildungsvergütung] und welche Perspektiven es gibt.



Ollis Tipp: Diktiere unterwegs im Auto per Sprachnachricht in die Claude-App, was beim Kunden besprochen wurde. Abends sagst du: „Mach daraus ein Angebotsanschreiben." Fertig.

Einzelhandel: Blumenladen, Boutique, Feinkost

Die Herausforderung: Konkurrenz durch Onlinehandel, Laufkundschaft gewinnen, Stammkunden binden, Schaufenster und Aktionen planen.

Einsatz	Nutzen
Schaufenster- und Aktionsideen	Laufkundschaft anlocken
WhatsApp-Katalog	Produkte zeigen, Bestellungen per Chat
Produkttexte	für Schilder, Katalog und Webseite
Stammkunden-Aktionen	Treue belohnen
Lokale Kooperationen	gemeinsame Aktionen mit Nachbarn

PROMPT Schaufenster-Ideen

Gib mir 10 Ideen für Schaufenster-Dekorationen für einen [Blumenladen] im [Monat], die Passanten zum Stehenbleiben bringen. Je Idee: Thema, was ich dafür brauche, ungefähre Kosten, ein Spruch für ein Schild.

PROMPT Lokale Kooperation

Mein Laden: [Feinkostgeschäft in Durlach]. In der Nachbarschaft gibt es [Weinhandlung, Buchladen, Café]. Schlag mir 5 Ideen für gemeinsame Aktionen vor, von denen alle profitieren, und schreib eine kurze, freundliche Nachricht, mit der ich den Nachbarn die beste Idee vorschlagen kann.

PROMPT **Produkttexte für den WhatsApp-Katalog**

Schreib für diese 10 Produkte kurze Katalogtexte für WhatsApp Business: Name, ein Satz Beschreibung, wofür es sich eignet. Max. 150 Zeichen pro Text. Produkte: [Liste mit Preisen].

TEIL 6

Recht, Kosten, Fahrplan

Was erlaubt ist, was es kostet und wie du in 30 Tagen loslegst.



KAPITEL 17

Recht und Stolperfallen

KI macht vieles leichter, aber die Regeln für Webseiten und Werbung gelten weiter. Die gute Nachricht: Für die meisten kleinen Betriebe sind es eine Handvoll Punkte. Dieses Kapitel ersetzt keine Rechtsberatung. Bei Unsicherheit helfen deine IHK, deine Handwerkskammer oder ein Anwalt.

1. Impressum

Jede geschäftliche Webseite braucht ein Impressum. Geregelt ist das seit Mai 2024 in **§ 5 des Digitale-Dienste-Gesetzes (DDG)**, das das alte Telemediengesetz abgelöst hat. Inhaltlich hat sich dadurch kaum etwas geändert, aber Verweise auf „§ 5 TMG“ in alten Impressen solltest du ersetzen.

Das Impressum muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Typische Pflichtangaben sind:

- Name und Anschrift (keine Postfachadresse), bei Firmen auch Rechtsform und Vertretungsberechtigte
- Kontakt: E-Mail und eine schnelle zweite Kontaktmöglichkeit, meist Telefon
- Handelsregister mit Nummer, falls eingetragen
- Umsatzsteuer-Identifikationsnummer, falls vorhanden
- bei zulassungspflichtigen Berufen (z. B. viele Handwerke) Angaben zu Kammer und Berufsbezeichnung

> **Achtung:** Ein fehlendes oder unvollständiges Impressum kann teuer werden: Es drohen Abmahnungen von Mitbewerbern und Bußgelder, laut IHK von bis zu 50.000 Euro. Nutze einen Impressum-Generator (z. B. von eRecht24) oder die Merkblätter deiner IHK, und lass die KI das Impressum nicht frei erfinden.

2. Datenschutzerklärung

Deine Webseite braucht eine Datenschutzerklärung, die beschreibt, welche Daten beim Besuch verarbeitet werden. Je weniger deine Seite einbindet, desto kürzer und einfacher wird sie. Deshalb empfehlen wir in Kapitel 13 eine Seite **ohne** externe Schriften, Karten, Videos und Tracking.

- Erstelle die Erklärung mit einem Generator (z. B. Datenschutz-Generator.de von Rechtsanwalt Dr. Thomas Schwenke oder eRecht24).

- Gib dort an, wo deine Seite liegt (z. B. Netlify) und ob du ein Kontaktformular hast.
- Wenn du später etwas einbindest (Google Maps, YouTube, Instagram-Feed), muss die Erklärung angepasst werden, oft brauchst du dann auch ein Cookie-Banner.

3. Datenschutz bei der Arbeit mit KI

- Gib **keine personenbezogenen Kundendaten** in KI-Werkzeuge ein: keine Namenslisten, Adressen, Telefonnummern, Gesundheitsdaten.
- Anonymisiere: „Frau M. aus der Bewertung“ statt vollem Namen, wenn es überhaupt nötig ist.
- Prüfe deine Einstellungen (siehe Kapitel 3) und entscheide, ob deine Chats für das Modelltraining genutzt werden dürfen.
- Mitarbeiterdaten (Dienstpläne mit Namen, Krankmeldungen) gehören ebenfalls nicht in einen Chat.

4. KI-Kennzeichnung: die neue Pflicht seit August 2026

Seit dem **2. August 2026** gelten die Transparenzpflichten aus Artikel 50 der EU-KI-Verordnung (AI Act). Die im Sommer 2026 beschlossene Omnibus-Reform hat an diesem Termin nichts geändert. Für dich als Nutzer heißt das vor allem:

Situation	Kennzeichnen?
KI-Text für Speisekarte, Webseite, Post, den du gelesen und freigegeben hast	in der Regel **nein**
KI-Text, der automatisch ohne menschliche Prüfung veröffentlicht wird	**ja**
täuschend echtes KI-Bild oder -Video von Personen, Orten, Gegenständen (Deepfake)	**ja**, klar erkennbar
erkennbar künstliche Illustration (Comic, Zeichnung)	meist **nein**
echtes Produktfoto, bei dem nur der Hintergrund per KI ergänzt wurde	Einzelfall, im Zweifel kennzeichnen
Chatbot auf deiner Webseite	Nutzer müssen erkennen können, dass sie mit einer KI sprechen



Ollis Tipp: Wenn du kennzeichnest, dann deutlich und auf Deutsch, zum Beispiel „Bild mit KI erstellt“ direkt am Bild. Rechtsanwälte empfehlen deutsche Formulierungen, weil Gerichte englische Hinweise in der Vergangenheit kritisch gesehen haben.

Achtung: Ein KI-Hinweis macht eine irreführende Darstellung nicht zulässig. Wer ein KI-Bild eines Produkts zeigt, das in Wirklichkeit anders aussieht, wirbt möglicherweise irreführend, auch mit Kennzeichnung.

5. Urheberrecht und Bildrechte

- **KI-Bilder** sind in Deutschland nach Einschätzung der IHK nur dann urheberrechtlich geschützt, wenn ein menschlicher Schöpfungsakt vorliegt. Reine KI-Bilder kannst du also nutzen, aber andere können sie auch kopieren.
- **Fremde Inhalte** (Texte, Fotos, Logos anderer Betriebe) darfst du nicht übernehmen, auch nicht über den Umweg KI. Bitte Claude nie, fremde Webseiten zu kopieren.
- **Fotos von Menschen** (Kunden, Mitarbeiter) brauchen eine Einwilligung. Für Werbung gilt das praktisch immer.
- **Musik** in Reels: Nutze die Musikbibliothek der App, nicht eigene Musikdateien.

6. Werbung: Was du versprechen darfst

Achte bei KI-Texten auf Werbeaussagen, die du nicht belegen kannst. KI schreibt gern Superlative.

Heikel	Besser
„Das beste Brot der Stadt“	„Unser Lieblingsbrot seit 1987“
„100 % bio“ (ohne Zertifikat)	„Mit Mehl aus der Region“ (wenn es stimmt)
„gesund“, „heilend“	weglassen, Gesundheitsversprechen sind streng geregelt
„Günstigster Friseur in Karlsruhe“	„Damenhaarschnitt ab 39 €“

PROMPT Rechts-Check vor dem Veröffentlichen

Prüfe diesen Werbetext auf Aussagen, die in Deutschland wettbewerbsrechtlich heikel sein könnten: Superlative, Gesundheitsversprechen, unbelegte Bio- oder Regionalangaben, irreführende Preisangaben. Liste die Stellen auf und schlag unbedenklichere Formulierungen vor. Weise darauf hin, wo ich einen Anwalt fragen sollte.
[Text]

KAPITEL 18

Was kostet das alles?

Die gute Nachricht vorweg: Für den Einstieg brauchst du kein Budget. Die meisten Werkzeuge in diesem Buch haben kostenlose Versionen.

Die Preise im Überblick

Stand November 2026, Preise können sich ändern.

Werkzeug	Kostenlos	Bezahlversion
Claude	ja, mit Nutzungslimit; bis zu 5 Projekte	Pro: 20 US-$/Monat oder 17 US-$/Monat im Jahresabo; ca. 18 € netto
ChatGPT	ja, mit Limit und Werbung	Go: 8 €, Plus: 23 € pro Monat inkl. USt.
Canva	ja	Pro: 12 €/Monat oder 110 €/Jahr
Google-Unternehmensprofil	ja	–
WhatsApp Business (App)	ja	–
Netlify (kleine Seiten)	ja	–
.de-Domain	–	oft ca. 1 € im ersten Jahr, danach meist 5–15 €/Jahr
Hosting-Paket mit E-Mail	–	einige Euro pro Monat

Drei Pakete für kleine Betriebe

Paket	Enthält	Kosten pro Monat
Apfelkern – der Null-Euro-Start	Claude Free, Canva Free, Google-Profil, WhatsApp Business, Netlify	0 € plus Domain (ca. 1 €)
Apfelbaum – der Standard	Claude Pro, Canva Free, Google-Profil, Netlify, Domain	ca. 22–23 €
Obstgarten – Komfort	Claude Pro, Canva Pro, Hosting-Paket mit E-Mail-Adressen	ca. 35–40 €

Rechnet sich das?

Eine einfache Rechnung: Wenn Claude Pro dir pro Woche nur eine Stunde Schreibarbeit spart, sind das rund vier Stunden im Monat. Für knapp 20 Euro. Dazu kommt die gesparte Agentur für die Webseite, die schnell mehrere hundert bis einige tausend Euro kosten kann, plus laufende Pflegekosten.



Ollis Tipp: Notiere vier Wochen lang, welche Aufgaben du mit KI erledigt hast und wie lange du früher dafür gebraucht hättest. Dann weißt du schwarz auf weiß, ob sich das Abo lohnt.

KAPITEL 19

Dein 30-Tage-Fahrplan

Vier Wochen, rund zwei Stunden pro Woche. Danach ist dein Betrieb im Netz sichtbar, und du hast eine Routine, die dauerhaft funktioniert.

Woche 1: Ankommen

- ☐ Claude-Konto anlegen, App aufs Handy laden, Datenschutz einstellen (Kapitel 3)
- ☐ Die erste Übung aus Kapitel 3 machen
- ☐ Mit Claude deinen Firmensteckbrief erstellen (Kapitel 6)
- ☐ Projekt „Mein Betrieb“ anlegen und den Steckbrief hochladen
- ☐ Drei Prompts aus Anhang A ausprobieren

Woche 2: Google und Bewertungen

- ☐ Google-Unternehmensprofil prüfen oder anlegen und bestätigen (Kapitel 7)
- ☐ Alle Felder vollständig ausfüllen, Beschreibung mit Claude schreiben
- ☐ 10 echte Fotos hochladen
- ☐ Alle offenen Bewertungen beantworten (Kapitel 8)
- ☐ QR-Code für Bewertungen erstellen und an die Kasse stellen
- ☐ Ersten Google-Beitrag veröffentlichen

Woche 3: Die Webseite

- ☐ Material sammeln: Texte, Zeiten, Preise, Fotos, Logo (Kapitel 12)
- ☐ Webseite mit dem großen Bau-Prompt erstellen (Kapitel 13)
- ☐ Impressum und Datenschutz mit Generator erstellen und einbauen
- ☐ Alles prüfen, auch auf dem Handy
- ☐ Bei Netlify online stellen, Domain kaufen und verbinden (Kapitel 14)
- ☐ Adresse im Google-Profil und auf Instagram eintragen

Woche 4: Routine aufbauen

- ☐ Instagram- und Google-Plan für den nächsten Monat erstellen lassen (Kapitel 9)
- ☐ WhatsApp Business einrichten, Begrüßung und Schnellantworten mit Claude schreiben (Kapitel 10)

- [ ] Ersten Skill erstellen, z. B. „Bewertungsantwort“ (Kapitel 6)
- [ ] Feste Marketing-Zeit im Kalender eintragen (siehe unten)
- [ ] Entscheiden: Reicht Claude Free, oder lohnt sich Pro?

Die Wochenroutine danach

Wann	Was	Dauer
Montag	Posts und Google-Beitrag der Woche mit Claude vorbereiten	15 Min.
täglich	ein Foto oder kurzes Video aus dem Betrieb, Story posten	5 Min.
Mittwoch	Bewertungen und Nachrichten beantworten	10 Min.
Freitag	Webseite und Google-Profil auf Aktualität prüfen (Zeiten, Aktionen)	5 Min.
Monatsende	Plan für den nächsten Monat erstellen lassen, 5 neue Fotos hochladen	30 Min.



Ollis Tipp: Perfektion ist der größte Feind der Sichtbarkeit. Ein ehrliches Handyfoto mit zwei netten Sätzen jede Woche bringt mehr als ein perfekt geplanter Post, der nie erscheint.

ANHANG

Werkzeugkiste

Prompt-Bibliothek, Lexikon A–Z, Checklisten und Quellen zum Nachschlagen.



Anhang A: Die Prompt-Bibliothek

Über 50 erprobte Prompts zum Abtippen oder Kopieren. Ersetze alles in [eckigen Klammern]. Wenn du ein Projekt mit Firmensteckbrief angelegt hast (Kapitel 6), kannst du die Angaben zu deinem Betrieb meist weglassen.

Kundenkommunikation

PROMPT A1 · E-Mail-Anfrage beantworten

Beantworte diese Kundenanfrage freundlich und vollständig. Unsere Fakten: [Preise, Zeiten, Bedingungen]. Erfinde nichts. Wenn eine Frage mit meinen Fakten nicht beantwortbar ist, markiere sie mit [OFFEN]. Anfrage: „[einfügen]“

PROMPT A2 · Freundlich absagen

Schreib eine freundliche Absage an [Kunde], der [z. B. eine Hochzeitstorte für den 12.6.] angefragt hat. Grund: [ausgebucht]. Biete eine Alternative an: [Alternative]. Max. 5 Sätze.

PROMPT A3 · Beschwerde souverän beantworten

Ein Kunde beschwert sich per E-Mail: „[einfügen]“. Unsere Sicht: [kurz]. Schreib eine Antwort, die Verständnis zeigt, sachlich klärt und eine Lösung anbietet: [Lösung]. Nicht unterwürfig, nicht patzig.

PROMPT A4 · Zahlungserinnerung

Schreib eine höfliche erste Zahlungserinnerung für Rechnung [Nr.] vom [Datum] über [Betrag]. Zahlungsziel war [Datum]. Freundlich, mit der Möglichkeit, dass es ein Versehen war.

PROMPT A5 · Preiserhöhung ankündigen

Wir erhöhen ab [Datum] einige Preise um durchschnittlich [x] %, weil [Gründe]. Schreib einen ehrlichen, kurzen Aushang und einen Social-Media-Post dazu. Ohne Jammern, mit Dank an unsere Stammkunden.

PROMPT A6 · Betriebsurlaub

Schreib einen Aushang, einen Google-Beitrag und eine WhatsApp-Nachricht: Wir machen Betriebsurlaub vom [Datum] bis [Datum]. Ab [Datum] sind wir wieder da. [Optional: Vertretung]. Herzlich und kurz.

PROMPT A7 · Danke an Stammkunden

Schreib eine kurze Dankeskarte zum Jahresende an unsere Stammkunden. Persönlich, warm, ohne Kitsch. Max. 50 Wörter. Gib mir 3 Varianten.

Marketing

PROMPT A8 · Slogan finden

Entwickle 15 Slogans für [Betrieb]. Was uns ausmacht: [3 Stichpunkte]. Kurz (max. 6 Wörter), einprägsam, nicht austauschbar. Markiere deine 3 Favoriten und begründe kurz.

PROMPT A9 · Was macht uns besonders?

Hier ist mein Firmensteckbrief: [einfügen]. Und das sind meine drei wichtigsten Mitbewerber: [Namen und was du über sie weißt]. Arbeite heraus, was uns wirklich unterscheidet, und formuliere es in drei Sätzen, die ich in Werbung verwenden kann.

PROMPT A10 · Aktionsideen

Gib mir 10 Aktionsideen für [Betrieb] im [Monat], die wenig kosten und neue Kunden bringen. Je Idee: was, wie viel Aufwand, ungefähre Kosten, wie ich sie bewerbe.

PROMPT A11 · Gutschein-Text

Schreib den Text für einen Geschenkgutschein von [Betrieb]: kurze Überschrift, ein netter Satz, Platz für Betrag und Gültigkeit, Hinweis „einlösbar in [Laden]“. Passend zu [Anlass: Weihnachten/Muttertag].

PROMPT A12 · Treueaktion

Entwickle eine einfache Treueaktion für [Betrieb] ohne App, z. B. mit Stempelkarte. Mach 3 Vorschläge mit Regeln, Kosten pro Kunde und einem Text für die Karte.

PROMPT A13 · Pressemitteilung

Schreib eine kurze Pressemitteilung für die Lokalzeitung: [Anlass, z. B. 25-jähriges Jubiläum am 3.5. mit Fest]. Mit Überschrift, Unterzeile, 3 Absätzen und einem Zitat von mir, das ich noch anpasse. Sachlich, im Zeitungsstil.

PROMPT A14 · Eventplan

Plane ein kleines Fest zum [Anlass] in unserem Laden für ca. [Anzahl] Gäste. Budget [Betrag]. Erstelle eine Checkliste mit Zeitplan (4 Wochen vorher bis zum Tag), Einladungstext und Ideen fürs Programm.

PROMPT A15 · Kalenderanlässe

Welche Anlässe, Feiertage und Aktionstage im [Monat] eignen sich für Marketing für [Betrieb] in [Bundesland]? Durchsuche das Web nach lokalen Veranstaltungen in [Stadt] in diesem Zeitraum und nenne die Quellen.

PROMPT A16 · Story-Ideen für eine Woche

Gib mir 7 Ideen für Instagram-Storys, eine pro Tag, die ich mit dem Handy in unter 2 Minuten drehen kann. Betrieb: [Betrieb]. Mit Umfrage- oder Frage-Sticker, wo es passt.

PROMPT A17 · Text aus Sprachnotiz

Hier ist meine diktierte Notiz, etwas durcheinander: „[einfügen]“. Mach daraus einen sauberen Instagram-Post mit max. 4 Sätzen in unserem Ton.

Personal

PROMPT A18 · Stellenanzeige

Schreib eine Stellenanzeige für [Position] in [Voll-/Teilzeit] bei [Betrieb, Ort]. Aufgaben: [Liste]. Wir bieten: [Gehalt/Spanne, Arbeitszeiten, Vorteile]. Wir erwarten: [Liste]. Ehrlich, konkret, ohne Floskeln. Eine Langversion und eine Instagram-Kurzversion.

PROMPT A19 · Vorstellungsgespräch vorbereiten

Ich führe nächste Woche ein Vorstellungsgespräch für [Position]. Gib mir 12 gute Fragen, aufgeteilt in fachlich, persönlich und situativ, und sag mir zu jeder, worauf ich bei der Antwort achten sollte. Keine Fragen, die rechtlich unzulässig sind (z. B. zu Schwangerschaft oder Religion).

PROMPT A20 · Einarbeitungsplan

Erstelle einen Einarbeitungsplan für die ersten zwei Wochen einer neuen [Verkaufskraft] in unserem [Laden]. Tag für Tag, mit Lernzielen, wer zuständig ist und einer Checkliste am Ende.

PROMPT A21 · Arbeitsanweisung

Schreib eine einfache, bebilderbare Schritt-für-Schritt-Anleitung für [z. B. das Schließen der Kasse am Abend]. Für neue Mitarbeiter verständlich, als nummerierte Liste zum Aushängen.

PROMPT A22 · Dienstplan-Entwurf

Hilf mir, einen Dienstplan-Entwurf für nächste Woche zu machen. Öffnungszeiten: [Zeiten]. Mitarbeiter (nur Kürzel): [A: 20 Std., kann nicht montags; B: ...]. Mindestbesetzung: [x Personen]. Erstelle eine Tabelle und markiere Lücken.

PROMPT A23 · Teambesprechung

Erstelle eine Tagesordnung für unsere monatliche Teambesprechung (30 Minuten). Themen: [Liste]. Mit Zeitangaben und einer Frage zum Abschluss, die das Team einbindet.

Büro und Organisation

PROMPT A24 · Langen Text zusammenfassen

Fasse dieses Dokument in 5 Stichpunkten zusammen. Was muss ich als [Inhaber einer Bäckerei] davon wissen, und muss ich etwas tun? Bis wann? [Dokument hochladen]

PROMPT A25 · Vertrag verstehen

Erkläre mir diesen Vertrag [z. B. Leasingvertrag Kaffeemaschine] in einfachen Worten: Laufzeit, Kosten, Kündigung, Fallstricke. Markiere Klauseln, die ich mir genauer ansehen oder von einem Anwalt prüfen lassen sollte. Das ersetzt keine Rechtsberatung, ich weiß. [Vertrag hochladen]

PROMPT A26 · Angebote vergleichen

Vergleiche diese drei Angebote für [neue Kühltheke] als Tabelle: Preis, Leistung, Garantie, Lieferzeit, Wartung, Auffälligkeiten. Welches würdest du nehmen und warum? [Angebote hochladen]

PROMPT A27 · Kalkulation prüfen

Hier ist meine Kalkulation für [Produkt]: [Zutaten/Material mit Kosten, Arbeitszeit, Stundensatz, Gemeinkosten, Verkaufspreis]. Rechne nach, Schritt für Schritt, und sag mir meine Marge. Wo sind Denkfehler?

PROMPT A28 · Formulare und Vorlagen

Erstelle mir eine Vorlage für [z. B. ein Bestellformular für Torten] mit allen Feldern, die ich brauche. Als druckbares Dokument.

PROMPT A29 · E-Mail-Postfach aufräumen

Hier sind die Betreffzeilen und Absender meiner ungelesenen E-Mails: [Liste]. Sortiere sie nach Dringlichkeit: sofort, diese Woche, kann warten, löschen. Begründe kurz.

PROMPT A30 · Excel-Formel

Ich habe in Excel eine Tabelle mit [Spalten]. Ich möchte [z. B. den Umsatz pro Wochentag summieren]. Gib mir die Formel und erkläre Schritt für Schritt, wo ich sie eintippe.

PROMPT A31 · Förderung finden

Durchsuche das Web: Welche Förderprogramme für Digitalisierung gibt es aktuell für kleine Betriebe in [Bundesland]? Nenne Programm, Förderhöhe, Voraussetzungen und Quelle. Kennzeichne, was du nicht sicher weißt.

Strategie und Ideen

PROMPT A32 · Ehrliches Feedback zur Idee

Ich überlege, [z. B. sonntags einen Frühstücksservice anzubieten]. Spiel den kritischen Berater: Was spricht dafür, was dagegen, welche Fragen sollte ich vorher klären, und wie könnte ich es mit wenig Risiko testen?

PROMPT A33 · Zielgruppe verstehen

Beschreibe die drei wichtigsten Kundengruppen für [Betrieb in Ort/Stadtteil]: Wer sind sie, was wollen sie, was nervt sie, wie erreiche ich sie am besten? Stelle mir danach 3 Fragen, um das zu schärfen.

PROMPT A34 · Neues Produkt benennen

Wir bringen ein neues [Brot/Gericht/Angebot] heraus: [Beschreibung]. Gib mir 20 Namensideen in vier Stilrichtungen: regional, witzig, klassisch, modern. Markiere deine Favoriten.

PROMPT **A35 · Kundenumfrage**

Erstelle eine kurze Kundenumfrage mit 6 Fragen für [Betrieb], die man in 2 Minuten ausfüllt. Ziel: herausfinden, [was wir verbessern können / ob ein neues Angebot ankommt]. Mischung aus Ankreuzen und einer offenen Frage.

PROMPT **A36 · Umfrage auswerten**

Hier sind die Antworten aus unserer Kundenumfrage: [einfügen oder Datei hochladen]. Fasse die wichtigsten Erkenntnisse zusammen, nenne die drei häufigsten Wünsche und drei konkrete Maßnahmen.

PROMPT **A37 · Mitbewerber-Check**

Durchsuche das Web nach [Bäckereien in Karlsruhe-Durlach]. Was machen sie online gut, was fehlt? Welche Lücke könnte ich besetzen? Nenne die Quellen.

Webseite

PROMPT **A38 · Texte für die Webseite**

Schreib die Texte für meine Webseite: Begrüßung (2 Sätze), Über uns (5 Sätze), Angebot (je Produktgruppe 2 Sätze), Kontakt-Aufforderung (1 Satz). Grundlage: [Steckbrief]. Ton: [Ton]. Ohne Floskeln.

PROMPT **A39 · Seite für Google verbessern**

Hier ist meine Webseite (index.html). Prüfe sie aus Sicht der lokalen Google-Suche: Seitentitel, Beschreibung, Überschriften, Ortsangaben, strukturierte Daten, Bildbeschreibungen (Alt-Texte), Ladezeit. Verbessere, was nötig ist, ohne das Design zu ändern, und liste deine Änderungen auf.

PROMPT **A40 · Barrierefreiheit prüfen**

Prüfe meine Webseite auf Barrierefreiheit: Kontraste, Schriftgröße, Alt-Texte, Bedienbarkeit mit Tastatur, verständliche Linktexte. Korrigiere die wichtigsten Punkte.

PROMPT **A41 · Saisonale Startseite**

Ändere auf meiner Webseite nur den Kopfbereich: neues Foto (advent.jpg), neue Überschrift „[Text]“ und ein Hinweis auf [Weihnachtsbestellungen bis 20.12.]. Alles andere bleibt gleich.

PROMPT A42 · Kontaktmöglichkeit ohne Formular

Füge auf meiner Webseite einen gut sichtbaren WhatsApp-Knopf und einen E-Mail-Knopf hinzu, beide als einfache Links, ohne externe Skripte. Auf dem Handy unten rechts schwebend.

Lernen und Verstehen

PROMPT A43 · Begriff erklären

Erkläre mir [Begriff, z. B. „DNS“] so, dass ich es einem Kunden in zwei Sätzen erklären könnte. Mit einem Vergleich aus dem Alltag.

PROMPT A44 · Schritt-für-Schritt-Anleitung

Ich bin absoluter Anfänger. Erkläre mir Schritt für Schritt, wie ich [z. B. in Canva einen QR-Code erstelle]. Nummerierte Schritte, und sag mir bei jedem Schritt, was ich auf dem Bildschirm sehen sollte.

PROMPT A45 · Screenshot erklären lassen

[Screenshot hochladen] Das sehe ich gerade auf dem Bildschirm. Ich möchte [Ziel]. Was muss ich anklicken?

PROMPT A46 · Lernplan

Ich möchte in den nächsten 4 Wochen lernen, [Instagram für meinen Betrieb] richtig zu nutzen. Erstelle mir einen Lernplan mit 15 Minuten pro Tag, mit konkreten Übungen.

PROMPT A47 · Besseren Prompt bauen

Hier ist ein Prompt, mit dem ich nicht zufrieden bin: „[Prompt]“. Das kam heraus: „[Ergebnis]“. Das wollte ich eigentlich: [Ziel]. Verbessere meinen Prompt und erkläre, was du geändert hast.

Bonus: Prompts für schwierige Momente

PROMPT A48 · Schwieriges Gespräch vorbereiten

Ich muss einem Mitarbeiter sagen, dass [Situation]. Hilf mir, das Gespräch vorzubereiten: Einstieg, Kernbotschaft, mögliche Reaktionen und wie ich darauf eingehe. Respektvoll und klar.

PROMPT **A49 · Shitstorm oder Kritik im Netz**

In einer lokalen Facebook-Gruppe wird über uns diskutiert: [Zusammenfassung]. Hilf mir einzuschätzen, ob und wie ich reagieren sollte, und schreib einen ruhigen, sachlichen Entwurf.

PROMPT **A50 · Entscheidung abwägen**

Ich muss mich entscheiden zwischen [Option A] und [Option B]. Meine Situation: [kurz]. Stell mir zuerst 3 Fragen, die mir bei der Entscheidung helfen. Danach stelle Vor- und Nachteile gegenüber.

PROMPT **A51 · Feierabend-Check**

Ich habe heute folgende offene Aufgaben: [Liste]. Hilf mir zu priorisieren: Was muss heute noch passieren, was kann morgen, was kann ich delegieren oder streichen?

PROMPT **A52 · Wochenrückblick**

Diese Woche ist passiert: [Stichpunkte]. Mach daraus einen kurzen Wochenrückblick für unser Team (WhatsApp-Gruppe), mit Dank für das, was gut lief, und einem Ausblick auf nächste Woche.

Anhang B: Lexikon A–Z

Alle wichtigen Begriffe rund um KI, Webseiten und Online-Marketing, kurz und verständlich erklärt.

AI Act (KI-Verordnung)
Das EU-Gesetz für künstliche Intelligenz. Für kleine Betriebe vor allem wichtig wegen der Transparenzpflichten seit 2. August 2026, etwa der Kennzeichnung täuschend echter KI-Bilder.

Alt-Text
Eine kurze Bildbeschreibung im Code einer Webseite. Hilft blinden Menschen mit Vorleseprogrammen und Google beim Verstehen deiner Bilder.

Anthropic
Das US-Unternehmen, das Claude entwickelt.

Artefakt
Ein fertiges Ergebnis, das Claude neben dem Chat anzeigt: Dokument, Präsentation, Tabelle, Design oder Webseite. Zunächst privat, kann geteilt und heruntergeladen werden.

Baukasten (Website-Baukasten)
Ein Onlinedienst wie Jimdo, Wix oder Shopify, mit dem man Webseiten per Mausklick zusammenstellt. Bequem für Shops und Buchungen, aber mit monatlichen Kosten.

Bildgenerator
KI, die aus einer Textbeschreibung ein Bild erzeugt. Gut für Illustrationen und Hintergründe, kein Ersatz für echte Produktfotos.

Browser
Das Programm, mit dem du Webseiten öffnest, etwa Chrome, Safari, Firefox oder Edge.

Chat
Ein einzelnes Gespräch mit einem KI-Assistenten. Faustregel: ein Thema, ein Chat.

Chatbot
Ein Programm, das automatisch auf Fragen antwortet, z. B. auf einer Webseite. Muss als KI erkennbar sein.

ChatGPT
Der KI-Assistent der Firma OpenAI, eine Alternative zu Claude.

Claude
Der KI-Assistent von Anthropic, mit dem dieses Handbuch arbeitet. Erreichbar unter claude.ai und als App.

Cookie
Eine kleine Datei, die eine Webseite im Browser des Besuchers speichert. Für viele Cookies (z. B. Tracking) brauchst du eine Einwilligung per Cookie-Banner. Eine einfache Seite ohne externe Dienste braucht meist keine.

Datenschutzerklärung
Pflichttext auf jeder geschäftlichen Webseite, der erklärt, welche Daten der Besucher verarbeitet werden. Am besten mit einem Generator erstellen.

Deepfake
Ein täuschend echtes, KI-erzeugtes oder -verändertes Bild, Video oder Tonstück von realen Personen, Orten oder Dingen. Muss seit August 2026 gekennzeichnet werden.

DNS
Das „Telefonbuch des Internets“. Es übersetzt deine Domain (baeckerei-mueller.de) in die technische Adresse des Servers, auf dem deine Seite liegt. Beim Verbinden der Domain trägst du DNS-Einträge ein.

Domain
Deine Internetadresse, z. B. baeckerei-mueller.de. Wird bei einem Domain-Anbieter für meist ein Jahr gemietet und verlängert sich automatisch.

Double-Opt-in
Bestätigungsverfahren für Newsletter: Der Kunde trägt sich ein und bestätigt per Klick in einer E-Mail. In Deutschland Standard und praktisch Pflicht.

DSGVO
Die Datenschutz-Grundverordnung der EU. Regelt, wie du mit personenbezogenen Daten umgehen darfst, auch beim Einsatz von KI.

Firmensteckbrief
Ein Dokument mit allen wichtigen Informationen über deinen Betrieb, das du der KI mitgibst. Das wichtigste Werkzeug für gute KI-Ergebnisse (Kapitel 6).

Google-Unternehmensprofil
Dein kostenloser Eintrag in der Google-Suche und Google Maps, mit Adresse, Zeiten, Fotos und Bewertungen. Früher „Google My Business".

Halluzination
Wenn eine KI überzeugend etwas erfindet, das nicht stimmt. Deshalb Fakten immer prüfen.

Hashtag
Ein Schlagwort mit Raute (#), mit dem Beiträge in sozialen Netzwerken gefunden werden.

Hosting
Der Speicherplatz auf einem Server, auf dem deine Webseite liegt und rund um die Uhr erreichbar ist.

HTML
Die Sprache, in der Webseiten geschrieben werden. Claude schreibt sie für dich.

https
Die verschlüsselte, sichere Verbindung zu einer Webseite, erkennbar am Schloss im Browser. Bei Netlify automatisch dabei.

Impressum
Pflichtangaben zum Anbieter einer geschäftlichen Webseite nach § 5 Digitale-Dienste-Gesetz (DDG).

index.html
Der Dateiname der Startseite. Webserver öffnen automatisch die Datei mit diesem Namen.

Inkognito-Chat
Ein Chat bei Claude, der nicht im Verlauf gespeichert und laut Anthropic nicht zum Training verwendet wird.

KI (Künstliche Intelligenz)
Software, die Aufgaben erledigt, für die man früher menschliches Denken brauchte: Texte schreiben, Bilder erkennen, Sprache verstehen.

KI-Assistent
Ein KI-Programm, mit dem man sich in normaler Sprache unterhält, z. B. Claude oder ChatGPT.

Konnektor
Eine Verbindung zwischen Claude und einem anderen Programm, z. B. Gmail oder Google Kalender.

Local Pack
Die drei Betriebe, die Google bei lokalen Suchen mit Karte ganz oben anzeigt. Das Ziel jedes lokalen Betriebs.

Local SEO
Alle Maßnahmen, mit denen du bei Suchen wie „Friseur in der Nähe" besser gefunden wirst: Google-Profil, Bewertungen, Webseite mit Ortsangaben.

Memory
Claudes Gedächtnis über Gespräche hinweg. Einsehbar und bearbeitbar in den Einstellungen.

Meta-Beschreibung
Ein kurzer Text im Code der Webseite, den Google oft als Beschreibung unter dem Suchergebnis anzeigt.

Modell (Sprachmodell)
Die Technik hinter einem KI-Assistenten. Hat aus großen Textmengen gelernt, wie Sprache funktioniert.

Netlify
Ein Dienst, der Webseiten ins Internet stellt. Mit Netlify Drop lädst du einen Ordner per Ziehen und Ablegen hoch.

Onepager
Eine Webseite, die aus einer einzigen langen Seite besteht, durch die man scrollt. Ideal für kleine Betriebe.

Projekt (bei Claude)
Ein Arbeitsbereich mit eigenen Anweisungen und Dokumenten, auf die alle Chats im Projekt zugreifen.

Prompt
Dein Auftrag an die KI. Je klarer und vollständiger, desto besser das Ergebnis.

QR-Code
Ein quadratischer Code, den man mit der Handykamera scannt, um z. B. eine Webseite oder die Bewertungsseite zu öffnen.

Reel
Ein kurzes Hochkant-Video auf Instagram oder Facebook, meist 15 bis 60 Sekunden.

Responsive
Eine Webseite, die sich automatisch an Handy, Tablet und Computer anpasst.

Rolle
Ein Baustein im Prompt, der der KI eine Perspektive gibt („Du bist Steuerberater …“).

Schnellantwort
Eine gespeicherte Antwort in WhatsApp Business, die du per Kürzel abrufst.

SEO
Suchmaschinenoptimierung: Maßnahmen, damit Google deine Seite findet und weit oben anzeigt.

Server
Ein Computer, der rund um die Uhr läuft und Webseiten an Besucher ausliefert.

Skill
Eine gespeicherte Arbeitsanleitung für Claude, die automatisch angewendet wird, wenn sie zur Aufgabe passt. Technisch ein Ordner mit einer Datei namens SKILL.md.

Story
Ein Foto oder Video auf Instagram oder Facebook, das nach 24 Stunden verschwindet.

Strukturierte Daten
Zusatzinformationen im Code der Webseite (z. B. Adresse, Öffnungszeiten), die Google besonders gut versteht.

Token
Die kleinen Textbausteine, in denen eine KI rechnet. Ein Wort entspricht etwa ein bis zwei Token. Wichtig für Nutzungslimits.

Tracking
Das Erfassen des Verhaltens von Webseitenbesuchern, z. B. mit Google Analytics. Braucht in der Regel eine Einwilligung.

Websuche
Funktion, mit der Claude aktuelle Informationen im Internet sucht und Quellen nennt.

WhatsApp Business
Kostenlose WhatsApp-Version für Betriebe, mit Profil, Katalog und automatischen Nachrichten.

Anhang C: Checklisten

Der Prompt-Check

- [ ] Habe ich gesagt, **wer** die KI sein soll (Rolle)?
- [ ] Ist klar, **was** am Ende entstehen soll (Aufgabe)?
- [ ] Weiß die KI genug über **mich und den Anlass** (Kontext)?
- [ ] Habe ich ein **Beispiel** gegeben, wie gut aussieht?
- [ ] Habe ich **Länge und Form** festgelegt?
- [ ] Habe ich den **Ton** beschrieben und unerwünschte Floskeln genannt?
- [ ] Habe ich geschrieben: „Wenn dir etwas fehlt, frag nach“?
- [ ] Würde ein Kollege ohne Vorwissen verstehen, was ich will?

Vor dem Veröffentlichen eines Textes

- [ ] Preise, Zeiten, Zutaten, Namen geprüft
- [ ] keine unbelegten Superlative oder Gesundheitsversprechen
- [ ] keine Kundendaten oder Fotos ohne Einwilligung
- [ ] klingt nach mir, nicht nach Werbeagentur
- [ ] täuschend echte KI-Bilder gekennzeichnet

Webseite vor dem Livegang

- [ ] alle Seiten heißen richtig: index.html, impressum.html, datenschutz.html
- [ ] alle Bilder werden angezeigt (Dateinamen exakt gleich)
- [ ] Telefonnummer anklickbar und richtig
- [ ] E-Mail-Link funktioniert
- [ ] Öffnungszeiten und Preise aktuell
- [ ] Impressum vollständig, Datenschutzerklärung passend
- [ ] keine externen Dienste ohne Hinweis in der Datenschutzerklärung
- [ ] auf dem Handy getestet (hochkant und quer)
- [ ] Seitentitel und Beschreibung für Google vorhanden
- [ ] Sicherungskopie des Ordners mit Datum angelegt

Google-Unternehmensprofil

- [ ] Profil bestätigt (verifiziert)

- [ ] richtige Hauptkategorie und passende Zusatzkategorien
- [ ] Adresse, Telefon, Webseite korrekt
- [ ] Öffnungszeiten inkl. Sonderzeiten an Feiertagen
- [ ] Beschreibung mit Ort und Angebot (bis 750 Zeichen)
- [ ] mindestens 10 echte Fotos: außen, innen, Team, Produkte
- [ ] alle Bewertungen beantwortet
- [ ] mindestens ein Beitrag pro Woche
- [ ] Bewertungslink als QR-Code an der Kasse

Datenschutz im KI-Alltag

- [ ] Einstellung „Claude verbessern“ bewusst gewählt
- [ ] keine Kundennamen, Adressen, Telefonnummern in Chats
- [ ] keine Mitarbeiterdaten (Krankmeldungen, Gehälter mit Namen)
- [ ] für heikle Fragen Inkognito-Chat genutzt
- [ ] nur vertrauenswürdige Skills installiert

Quellen

Alle Angaben wurden im November 2026 geprüft. Preise und Funktionen können sich ändern; maßgeblich sind die Angaben der Anbieter.

KI-Werkzeuge und Preise

- Claude Preise: claude.com/de/pricing
- Claude Pro und Max in Deutschland, Euro-Preise (SSD Nodes, Sept. 2026): ssdnodes.com/learn/lang/de/claude-pro-and-max-in-germany-what-you-pay
- ChatGPT-Abos in Deutschland (collectivebrain.de, Nov. 2026): collectivebrain.de/chatgpt-abo-vergleich-free-go-plus-pro-business
- Canva-Kosten 2026 (Finom): finom.co/de-de/blog/canva-kosten
- Domain-Kosten 2026 (IONOS Digital Guide): ionos.de/digitalguide/domains/domaintipps/was-kostet-eine-domain

Claude-Funktionen

- Was sind Projekte? (Claude-Hilfecenter): support.claude.com/de/articles/9517075
- Projekte erstellen und verwalten: support.claude.com/de/articles/9519177
- Was sind Skills? (Claude-Hilfecenter): support.claude.com/de/articles/12512176
- Introducing Claude Skills (Anthropic): anthropic.com/news/skills
- Artefakte (Claude-Hilfecenter): support.claude.com/de/articles/17153992
- Datenschutzeinstellungen zur Modellverbesserung: privacy.claude.com/de/articles/12109829
- Inkognito-Chats und Training: privacy.claude.com/de/articles/10023580
- Versionshinweise Claude (Memory): support.claude.com/de/articles/12138966
- Prompting best practices (Anthropic): platform.claude.com/docs/en/build-with-claude/prompt-engineering
- Be clear, direct, and detailed (Anthropic): docs.anthropic.com/en/docs/be-clear-direct

Webseite und Hosting

- Netlify Drop Quickstart: docs.netlify.com/start/quickstarts/netlify-drop-quickstart
- Exactly How to Deploy Local Files to Make a Live Website (Frontend Masters)

Sichtbarkeit

- Google-Unternehmensprofil: Fotos hinzufügen (Google-Hilfe): support.google.com/business/answer/6123536
- Google-Unternehmensprofil, nächste Schritte (Bayerisches Wirtschaftsministerium, 2024)
- Google-Bewertungsstatistiken (thestacc.com, mit BrightLocal 2026)
- WhatsApp Business (Mailchimp, respond.io, Shopify)

Recht

- § 5 Digitale-Dienste-Gesetz: gesetze-im-internet.de/ddg/__5.html
- Impressum im Internet (IHK München); Informationspflichten im Internet (IHK Rhein-Neckar)
- Kennzeichnungspflicht für KI-Inhalte (WKO; Händlerbund; eRecht24)
- KI-Bilder erstellen: Rechtliches (eRecht24)
- Gewerbliche Nutzung von Bildern und KI-Inhalten (IHK Koblenz)
- Abmahnrisiken durch die EU-KI-Verordnung (WBS Legal)

- EU AI Act Transparenzpflichten und Digital Omnibus (it-daily.net; TÜV Consulting)

Studien

- Bitkom: Erstmals nutzt die Mehrheit der Unternehmen KI (14. September 2026)



Viel Erfolg!

Fang klein an, bleib dran, und hab Spaß dabei.

Dein Obstwald-Team mit Olli