



Wir wissen immer mehr – und verstehen immer weniger

Liebe Leser*innen,

noch nie in der Geschichte der Menschheit konnten wir so schnell auf so viele Informationen zugreifen. Eine Frage ins Smartphone getippt, und Sekunden später haben wir eine Antwort. Nachrichten erreichen uns rund um die Uhr, künstliche Intelligenz liefert Texte, Bilder und Zusammenfassungen auf Knopfdruck. Eigentlich müssten wir damit so gut informiert sein wie nie zuvor.

Aber sind wir deshalb auch klüger?

Denn Information ist noch lange kein Wissen. Und Wissen ist noch lange kein Verstehen. Wer Zusammenhänge erkennen will, muss sich Zeit nehmen, Fragen stellen, unterschiedliche Perspektiven zulassen und manchmal auch aushalten, dass es keine einfache Antwort gibt.

Vielleicht liegt genau darin eine der großen Herausforderungen unserer Zeit: Wir haben gelernt, Informationen immer schneller zu bekommen. Aber wir müssen offenbar wieder lernen, mit ihnen umzugehen. Und das gilt ganz besonders im Hinblick auf die sogenannte „künstliche Intelligenz“.

Nicht alles, was uns sofort eine Antwort liefert, gibt uns auch Orientierung. Manchmal braucht es dafür etwas ganz Altmodisches: einen Moment des Nachdenkens.

Einen schönen Herbst wünscht Ihnen

Klaus Schardt



Inhalt

Podcasts

KI-Kennzeichnung

Neues Krisen-Check-Tool

KONTEXT Sommerfest

Teamevents

Geschichten, die ins Ohr gehen

Podcasts sind längst mehr als ein Trend. Für viele Menschen gehören sie ganz selbstverständlich zum Alltag – auf dem Weg zur Arbeit, beim Sport oder einfach zwischendurch. Sie informieren, unterhalten und schaffen dabei etwas, das in der Kommunikation immer wichtiger wird: **echte Nähe**.

Denn wer einem Podcast lauscht, hört nicht einfach nur zu. Vertraute Stimmen transportieren Emotionen und vermitteln schnell das Gefühl, bei einem persönlichen Gespräch mit am Tisch zu sitzen. Genau darin liegt für uns der Mehrwert: Wir wollen Menschen und ihre Geschichten so erzählen, dass man ihnen ein Stück näherkommt.



Wir sind inzwischen gleich mit zwei Podcast-Formaten am Start. Mit „**Inside 1903**“ tauchen wir in die Welt der SpVgg Greuther Fürth ein. Im Podcast geht es nicht nur um das Kleeblatt, sondern vor allem um die Menschen dahinter, ihre Entscheidungen, ihre Gedanken und um Geschichten, die man sonst vielleicht nicht hört.

Den Anfang machte Daniel Meyer, Geschäftsführer Sport beim Kleeblatt. Danach nahm mit Felix Klaus der Kapitän der Mannschaft bei uns am Mikro Platz. Zwei Gespräche, die schon ziemlich gut zeigen, warum es bei „Inside 1903“ geht: den Fans einen Blick hinter die Kulissen zu ermöglichen und sie noch näher an den Verein und seine Menschen zu bringen.

Und weil nicht nur der Fußball gute Geschichten schreibt, schauen wir mit „**Mehr als Business**“ hinter die Kulissen nordbayerischer Unternehmen. Wer sind die Menschen dahinter? Welche Ideen treiben sie an? Welche Entscheidungen haben sie geprägt? Und was passiert eigentlich jenseits von Zahlen, Bilanzen und Businessplänen?

Zwei Podcasts, zwei ziemlich unterschiedliche Welten – und jede Menge Geschichten, die es wert sind, gehört zu werden.

Beide Podcasts gibt es auf allen gängigen Podcast-Plattformen. Hört gerne mal rein:

Inside 1903

Mehr als Business



KI oder nicht KI?

Diese Frage stellen wir uns immer häufiger. Nicht unbedingt, weil wir wollen – sondern weil wir müssen. Künstliche Intelligenz ist längst Teil unseres Alltags geworden. Ob Werbespot, Instagram-Post, Website-Grafik oder Flyer: KI-generierte und KI-bearbeitete Inhalte begegnen uns überall. Und oft sind sie inzwischen so gut, dass auf den ersten Blick kaum noch zu erkennen ist, ob ein Mensch oder eine KI dahintersteckt. Manchmal braucht es sogar einen zweiten oder dritten Blick.

Doch genau hier soll künftig mehr Transparenz entstehen. Seit dem 2. August 2026 gelten in der EU die Transparenzpflichten aus Artikel 50 des EU AI Acts. Ziel ist es, klarer erkennbar zu machen, wann wir mit KI interagieren oder mit bestimmten künstlich erzeugten beziehungsweise manipulierten Inhalten konfrontiert werden. **Aber: Nicht alles, was mit KI erstellt wurde, muss automatisch sichtbar mit „KI-generiert“ gekennzeichnet werden.**

Dabei lohnt sich zunächst eine Unterscheidung: Anbieter generativer KI-Systeme müssen bestimmte KI-generierte oder manipulierte Inhalte technisch beziehungsweise maschinenlesbar kennzeichnen und deren Erkennung ermöglichen. Für Unternehmen, Agenturen oder andere Anwender stellt sich dagegen vor allem die Frage, wann eine für Menschen erkennbare Offenlegung notwendig ist.

Besonders relevant wird diese bei sogenannten Deepfakes. Gemeint sind Bilder, Videos oder Audioinhalte, die künstlich erzeugt oder verändert wurden und bestehenden Personen, Objekten, Orten, Organisationen oder Ereignissen so ähneln, dass sie fälschlicherweise für authentisch oder wahr gehalten werden könnten. In solchen Fällen muss offengelegt werden, dass der Inhalt künstlich erzeugt oder manipuliert wurde.

Eine Besonderheit gilt, wenn ein solcher Deepfake Teil eines offensichtlich künstlerischen, kreativen, satirischen oder fiktiven Werks ist. Auch dann muss grundsätzlich offengelegt werden, dass KI-generierte oder manipulierte Inhalte enthalten sind. Die Offenlegung darf allerdings in einer Form erfolgen, die die Darstellung oder den Genuss des Werkes nicht beeinträchtigt.

Und was ist mit Texten?

Für klassische Werbetexte, E-Mails, Newsletter, Captions oder Landingpages besteht durch Artikel 50 keine pauschale sichtbare Kennzeichnungspflicht, nur weil bei ihrer Erstellung ChatGPT oder ein anderes KI-Tool eingesetzt wurde. Eine besondere Regel gibt es dagegen für KI-generierte oder KI-manipulierte Texte, die veröffentlicht werden, um die Öffentlichkeit über Angelegenheiten von öffentlichem Interesse zu informieren. In diesem Fall muss grundsätzlich offengelegt werden, dass der Text künstlich erzeugt oder manipuliert wurde.

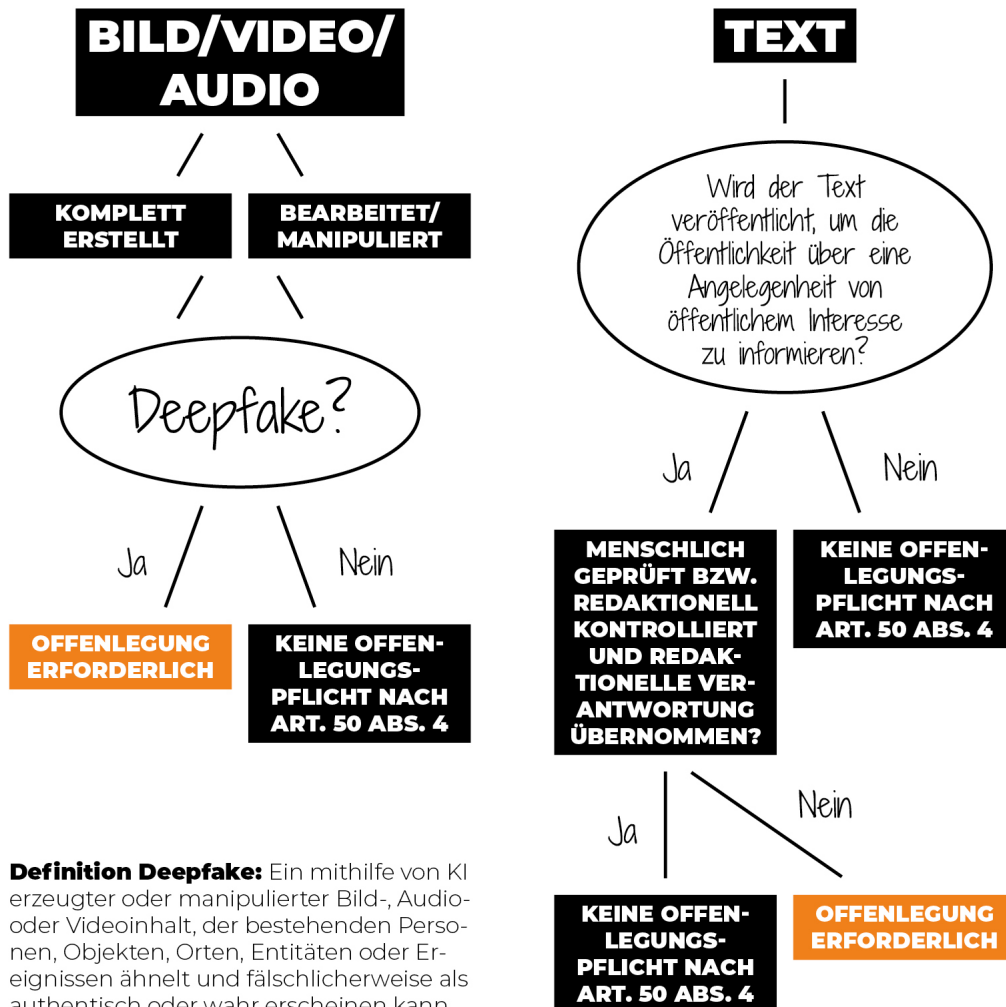
Eine Ausnahme sieht der AI Act vor, wenn der Inhalt substantiell von einem Menschen geprüft oder redaktionell kontrolliert wurde und eine natürliche oder juristische Person die redaktionelle Verantwortung für die Veröffentlichung übernimmt. Ein bloßes Korrekturlesen oder eine reine Rechtschreib- und Grammatikprüfung reicht dafür allerdings nicht unbedingt aus.

Auch bei der konkreten Form der Kennzeichnung gibt es Spielraum. Die von der EU-Kommission entwickelten Symbole für KI-generierte Inhalte können freiwillig verwendet werden. Verpflichtend ist nicht ein bestimmtes Icon, sondern dort, wo Artikel 50 eine Offenlegung verlangt, eine klare und für Menschen erkennbare Information darüber, dass ein Inhalt künstlich erzeugt oder manipuliert wurde.

KI darf also weiterhin Teil des kreativen Prozesses sein. Entscheidend ist nicht allein, ob KI eingesetzt wurde, sondern wie, wofür und in welchem Kontext der daraus entstandene Inhalt veröffentlicht wird.

Es geht nicht darum, KI-Inhalte grundsätzlich an den Pranger zu stellen. Es geht darum, Täuschung zu vermeiden und dort Transparenz zu schaffen, wo Menschen sonst nur schwer zwischen Realität und künstlich erzeugten Inhalten unterscheiden können.

WANN KI KENNZEICHNEN?



PDF Herunterladen

Wie ernst ist die Lage wirklich?

Unser **Krisen-Check-Tool** gibt eine erste Einschätzung.

Eine kritische Situation im Unternehmen entsteht, die ersten Anfragen kommen rein und plötzlich steht eine entscheidende Frage im Raum: Haben wir gerade „nur“ ein kleines Problem oder bereits eine Krise? Und wenn ja, wie kritisch ist die Situation wirklich?

Gerade zu Beginn einer möglichen Krise ist eine Einschätzung oft schwierig. Informationen fehlen, die weitere Entwicklung ist unklar und gleichzeitig wächst der Druck, schnell die richtigen Entscheidungen zu treffen – oder treffen zu müssen. Genau in dieser Phase wollen wir in Zukunft eine Hilfestellung bieten. Deshalb entwickeln wir bei **KONTEXT** aktuell ein **digitales Krisen-Check-Tool**, das Unternehmen und Organisationen **innerhalb weniger Minuten eine erste Orientierung** geben soll.

KONTEXT
KOMMUNIKATIONSAGENTUR

KONTEXT Krisen-Check

Wie kritisch ist die aktuelle Situation Ihres Unternehmens? Erhalten Sie eine erste, unverbindliche Einschätzung in wenigen Minuten.

Der Krisen-Check verarbeitet Ihre Angaben ausschließlich lokal in Ihrem Browser. Er dient als erste kommunikative Orientierung und ersetzt weder eine rechtliche Beratung noch eine individuelle Krisenbewertung.

Hinweis zu Ihren Daten: Ihre Angaben werden nicht gespeichert. Die Auswertung erfolgt ausschließlich lokal in Ihrem Browser. Erst wenn Sie sich anschließend aktiv für eine Kontaktaufnahme entscheiden und die vorbereitete E-Mail selbst absenden, können die Angaben optional an KONTEXT übermittelt werden.

1 Ausgangslage

Beschreiben Sie zunächst kurz, um welche Situation es geht.

Unternehmen oder Organisation

z. B. Beispiel GmbH

Um welche Art von Krise handelt es sich?

Bitte auswählen

Branche

Bitte auswählen

Unternehmensgröße

Bitte auswählen

Kurze Beschreibung der Situation

Was ist passiert? Wer ist betroffen? Seit wann besteht die Situation?

Der Check wird direkt auf unserer Website verfügbar sein und kann dort selbstständig durchgeführt werden. Anhand verschiedener Checkboxen wird die aktuelle Situation aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet. Dabei geht es beispielsweise darum, ob ein Vorfall bereits öffentlich bekannt ist, ob Medienanfragen vorliegen, wie sich die Diskussion in sozialen Netzwerken entwickelt, wie groß der Kreis der Betroffenen ist und wie gut die eigene Organisation kommunikativ aufgestellt ist.

Aus den Antworten entsteht eine **sofort verfügbare Ersteinschätzung**. Herzstück ist ein **Krisen Score**, der das Gesamtrisiko der geschilderten Situation auf einer Skala von 0 bis 100 einordnet. Zusätzlich werden einzelne Handlungsfelder betrachtet. So soll auf einen Blick sichtbar werden, wo Risiken liegen und an welchen Stellen möglicherweise besonders schnell gehandelt werden sollte. Und falls Letzteres zutrifft, führt ein Button direkt zu unseren Expert*innen!

Damit wollen wir vor allem eines erreichen: **Orientierung schaffen**. Denn gerade in den ersten Stunden einer kritischen Situation fehlt häufig die

notwendige Distanz, um die eigene Lage realistisch einzuschätzen. Ist das öffentliche Interesse tatsächlich schon kritisch? Droht eine weitere Eskalation? Sind wir kommunikativ ausreichend vorbereitet? Das Krisen-Check-Tool soll dabei helfen, solche Fragen strukturiert zu betrachten und erste Prioritäten abzuleiten.

Besonders wichtig ist uns dabei der verantwortungsvolle **Umgang mit sensiblen Informationen**. Die eingegebenen Daten werden nicht gespeichert und die Auswertung findet ausschließlich lokal im Browser statt, es sei denn, Sie entscheiden sich für die Option „KONTEXT kontaktieren“. In diesem Fall senden Sie eine E-Mail mit allen relevanten Eckdaten an uns, sodass wir direkt wissen, um was es geht. Aber wenn Sie uns kennen, wissen Sie bereits, dass wir mit solchen Daten extrem vorsichtig und respektvoll umgehen. Denn wir wollen die Krise beheben und nicht verschlimmern.

Natürlich **ersetzt** ein Score **keine professionelle Krisenberatung**. Krisen sind zu individuell, als dass sich ihre Dynamik vollständig über ein digitales Tool erfassen ließe. Deshalb verstehen wir das Krisen-Check-Tool als erste kommunikative Orientierung. Es soll dabei helfen, eine Situation besser einzuordnen, mögliche Risiken zu erkennen und ein Gefühl dafür zu bekommen, wie groß der aktuelle Handlungsdruck ist. Für eine belastbare Einschätzung müssen anschließend immer auch die konkrete Faktenlage, relevante Anspruchsgruppen, das Medieninteresse, rechtliche Rahmenbedingungen und interne Entscheidungswege berücksichtigt werden.

Aktuell befindet sich der KONTEXT-Krisen-Check noch in der Entwicklung. Wir testen, justieren und prüfen, damit aus der Idee ein Werkzeug wird, das im entscheidenden Moment genau das leistet, was man in einer Krise am dringendsten braucht: schnell Orientierung erhalten.

Mehr dazu gibt es **bald auf unserer Website**. Stay tuned!

KONTEXT-Sommerfest

Tischtennis im Besprechungsraum, Federball auf dem Flur und Hochbetrieb am Kicker: Für unser **Sommerfest** wurde das KONTEXT-Headquarter kurzerhand zur kleinen Spielwiese. Statt Meetings und To-dos standen an diesem Nachmittag vor allem Aktivitäten, gute Laune und gemeinsame Zeit auf dem Programm.

Natürlich durfte auch die passende Verpflegung nicht fehlen. Vom Grill über eine ordentliche Auswahl an Salaten und Snacks bis hin zum Kuchen war alles

dabei, was ein gelungenes Sommerfest braucht.



Am Ende ging es gut gestärkt, mit einigen sportlichen Duellen, vielen Lachern und noch mehr schönen Momenten nach Hause. Vor allem aber war es eine tolle Gelegenheit, mal wieder abseits des Agenturalltags Zeit miteinander zu verbringen – mit der gesamten KONTEXT-Familie samt Anhang.

Kurz gesagt: ein gelungener Sommernachmittag.



Gemeinsame Teammomente

Wir lieben unsere **KONTEXT-Teamevents** – weil sie immer wieder für besondere gemeinsame Momente sorgen.

Das Schönste daran: Die Ideen kommen direkt aus dem Team. Immer zwei Kolleg*innen überlegen sich gemeinsam ein Event und kümmern sich um die gesamte Organisation – von der ersten Idee über den Kontakt mit der Location bis hin zur Planung.

So haben wir schon Butter am Bauernhof gemacht, einen Bierkeller erkundet, uns bei kleinen Minispielen ausgetobt und noch einiges mehr erlebt.



Für uns sind diese Events eine schöne Gelegenheit, den Arbeitsalltag einmal hinter uns zu lassen, gemeinsam etwas Neues auszuprobieren und einfach eine gute Zeit miteinander zu verbringen. Denn wir schätzen es sehr, dass wir uns nicht nur im Büro gut verstehen, sondern auch darüber hinaus gerne Zeit miteinander verbringen.

Und wer weiß, was sich das nächste Zweierteam einfallen lässt? Wir sind gespannt.



KONTEXT public relations GmbH

Gustav-Weißkopf-Straße 7, 90768 Fürth

Diese E-Mail wurde an {{ contact.EMAIL }} gesendet.

Sie haben die E-Mail erhalten, weil Sie sich für den Newsletter angemeldet haben.

[Abbestellen](#)