

Texte per KI-Tool schnell verbessern

Die Redaktion der Entertainment-Nachrichtenagentur Spot on News prüft mit Hilfe einer KI die sprachliche Qualität ihrer Texte. Welche Erfahrungen sie dabei gesammelt hat.

Ausgangslage

Die Nachrichtenagentur Spot on News wurde 2012 gegründet und hat sich über die Jahre zum Marktführer in den Themenbereichen Entertainment und Lifestyle entwickelt. Ein Team aus 35 festen und 35 freien Redakteuren produziert täglich mehrere Dutzend Newsfeed-Meldungen und Short-News für Digitalpublisher, dazu kommen Interviews und Hintergrundberichte, Videoclips, Bildergalerien und O-Töne. Zu den reichweitenstärksten Kunden der Agentur zählen „T-Online“, web.de und „Focus Online“. Vor drei Jahren entschied Geschäftsführer Tobias Lobe, ein neues CMS einzuführen, „um technologisch auf dem neuesten Stand zu sein“. Ein wichtiger Bestandteil des neuen Systems sollte ein Tool sein, das Texte schnell auf ihre sprachliche Qualität hin überprüft und entsprechende Verbesserungsvorschläge macht. „Unsere Redakteurinnen und Redakteure sind zwar talentiert und hervorragend ausgebildet, trotzdem bleiben Fehler und Ungenauigkeiten nicht aus. Zudem hat jeder seinen eigenen Schreibstil: Der eine tendiert zu komplizierten Satzkonstruktionen, die das Lesen erschweren, der andere verwendet zu viele Anglizismen, was die Verständlichkeit beeinträchtigen kann“, erläutert Lobe.

Durch den Einsatz des Sprachanalysetools erhoffte er sich eine Abkürzung auf dem Weg zur möglichst perfekten Textversion: „Die manuelle Überprüfung durch wiederholtes konzentriertes Lesen kostet viel Zeit. Darüber hinaus neigen Redakteure zu einem Tunnelblick, wenn sie sich dauerhaft mit einem Text befassen. Vor diesem Hinter-

grund hilft ein Sprachanalysetool, den Durchblick zu bewahren und die Prüfung zu beschleunigen.“

Integration des Tools

Die Agentur führte ein CMS ein, das aus zwei Teilplattformen besteht: Concreate und Concast. Concreate bündelt Funktionen, die sich auf die Contentproduktion be-



← Spot-on-News-Führung Tobias Lobe und Ivona Obradovic: Gute Erfahrungen mit KI als Assistenzsystem in der Redaktion.

CASE 2 / REDAKTION

ziehen. Features sind etwa die Anpassung von Inhalten an zahlreiche Feed-Formate und Devices sowie die Generierung unterschiedlicher Titel- und Teaservarianten. Concast ermöglicht die Distribution der Inhalte auf die Seiten der Publisher, wahlweise vollautomatisiert und mit kontextrelevanten Monetarisierungstools. Mit einer Black- und Whitelist-Funktion können bestimmte Begriffe, wie Personennamen oder Sendungstitel, entweder freigegeben oder blockiert werden.

Ein halbes Jahr nach dem Start des CMS wurde das Tool Wortliga-Textanalyse in die Concreate-Plattform integriert. Tobias Lobe schildert, wie es dazu kam: „Bereits einige Monate zuvor war ich auf das Tool aufmerksam geworden, hatte es getestet und mich mit seinem Entwickler Gidon Wagner ausgetauscht. Aufgrund der vielfältigen Funktionen und der benutzerfreundlichen Oberfläche entsprach es perfekt unseren Anforderungen.“ Nach der Entscheidung für das Tool stellte die Wortliga GmbH eine Schnittstelle zum CMS der Redaktion bereit. Die KI konnte ohne

spezifische Anpassungen in das System eingebettet werden. Zu den Kosten macht Lobe keine Angaben. Laut Website kostet eine jährliche Lizenz für bis zu zehn Nutzer (inkl. API-Zugang und 100 Analysen pro Tag) rund 900 Euro.

Einführung des Tools

Die Belegschaft von Spot on News reagierte laut Chefredakteurin Ivona Obradovic neutral bis positiv auf das Tool: „Wie bei jeder Neuerung kamen natürlich Fragen auf: Ist das Tool wirklich nützlich? Komme ich damit zurecht? Wir haben klargestellt, dass das Tool keine Bevormundung oder Konkurrenz darstellt, sondern den Redakteurinnen und Redakteuren assistieren soll, Texte schneller und präziser zu reflektieren.“

Und so geht das Tool dabei vor: Es markiert Stellen im Text, die für Verbesserungen infrage kommen, mit verschiedenen Farben, die jeweils bestimmte sprachliche Aspekte kennzeichnen. Zum Beispiel signalisiert die Farbe Rot sehr lange Sätze, während Türkis auf Füllwörter hinweist, die den

Satz unter Umständen unnötig aufblähen. Lila zeigt komplexe Wörter an, die möglicherweise das Verständnis erschweren oder den Lesefluss bremsen. Zusätzlich können Nutzer Textabschnitte markieren und mit Hilfe von Funktionen wie „Stimmung des Textes ermitteln“, „Text vereinfachen“, „Text kürzen“ oder „Synonyme finden“ analysieren und anpassen.

„Da das Tool selbsterklärend ist, war keine ausführliche Einweisung erforderlich“, sagt Obradovic. Neuen Mitarbeitern werde das Tool im Zuge der allgemeinen Einführung in das CMS vorgestellt. „Sie sind mit der Sprachanalyse-KI üblicherweise schnell vertraut. Dennoch weisen wir die Redakteurinnen und Redakteure darauf hin, bei Fragen oder Problemen im Zusammenhang mit der Anwendung auf uns zuzukommen.“

Erfahrungen und Effekte

Seit Ende 2021 verwenden alle Redakteurinnen und Redakteure konsequent das Sprachanalyse-tool – laut Obradovic reibungslos und ohne Verständnisprobleme. Heraus kristallisiert haben sich ein positiver Dominoeffekt: „Zunächst sparen die Redakteure Zeit, indem sie das Tool für die Optimierung ihrer Texte nutzen. Anschließend haben die Chefs vom Dienst weniger Arbeit mit der Prüfung, da ihnen die Texte sprachlich bereinigt angeliefert werden, ohne grobe Fehler oder unschöne Satzkonstruktionen.“ Der Redigieraufwand und die Zahl der korrekturbedingten Feedbackgespräche zwischen den CvDs und den Redakteuren seien zurückgegangen.

Obradovic ergänzt, dass die Hinweise des Tools dennoch nicht verbindlich seien: „Es liegt im Ermessen jedes Redakteurs, ob und

Gerade wenn ein Tool als besonders benutzerfreundlich erachtet wird und mit diesem einzigartigen Verkaufsargument gegenüber der Redaktion positioniert werden soll, ist es von entscheidender Bedeutung, diese propagierte Einfachheit in der Praxis eingehend zu überprüfen. Ein Klima des offenen Austauschs muss geschaffen werden, um die Nutzer zu ermutigen, sich bei etwaigen Verständnisproblemen oder genereller Kritik an der KI zu äußern und sich keinesfalls aus falscher Scham zurückzuhalten.

Gerade wenn ein Tool als besonders benutzerfreundlich gilt und mit diesem USP gegenüber der Redaktion positioniert wird, ist es entscheidend, diese Einfachheit in der Praxis zu überprüfen. Ein Klima des offenen Austauschs ermutigt die Nutzer, sich bei Verständnisproblemen oder genereller Kritik an der KI zu äußern, und sich nicht aus falscher Scham zurückzuhalten.

Checkliste:

1 lange Sätze	2
1 komplexe Wörter	1
1 Passiv	1
1 Modalverben	2
1 Füllwörter	1
1 Adjektive	6
1 Nominalstil	2

↑ **Tool Wortliga:** Der Text (oben) wurde von „kress pro“-Autor André Gärisch bewusst verkompliziert, um die Funktionsweise zu zeigen.

wie er die Hinweise umsetzt.“ So können Füllwörter wie „natürlich“ oder „einfach“ in einem Zitat durchaus Sinn ergeben, wenn sie die Haltung des Zitatgebers verdeutlichen oder einer Aussage mehr Lebendigkeit verleihen. „Unsere Redakteure nutzen weiterhin ihre individuellen Gestaltungsspielräume. Es ist ihr gutes Recht und Teil der kreativen Freiheit, sich über die KI hinwegzusetzen. Die Korrekturwünsche der Chefs vom Dienst sind aber logischerweise verbindlich“, betont Geschäftsführer Lobe.

Zur Zeitersparnis erhebt die Agentur keine genauen Zahlen. „Allerdings lohnt sich der Einsatz des Tools definitiv. Die manuelle Textprüfung und die Feedbackgespräche zwischen den CvDs und den Redakteuren beanspruchen mehrere Minuten. Angesichts der rund 1.200 Newsfeed-Meldungen und Dutzender ausführlicherer Stücke pro Monat summiert sich die eingesparte Zeit“, sagt Lobe.

Erfahrene Mitarbeiter verwendeten das Tool eher routinemäßig, da ihre Texte bereits auf einem sprachlich exzellenten Niveau seien. Anders sehe es bei Mitarbeitern aus, die frisch von der Universität kämen: „Sie haben über Jahre hinweg wissenschaftliche Arbeiten verfasst, für die verschachtelte Sätze und komplexe Ausdrucksweisen charakteristisch sind. Hier hilft das Tool, die mehrere Monate dauernde Umgewöhnung hin zu einer flüssigeren, verständlicheren Schreibweise zu beschleunigen“, erklärt Chefredakteurin Obradovic.

Je häufiger die Mitarbeiter das Tool einsetzen, desto besser verinnerlichen sie die Regeln für gute Sprache. „Dadurch achten sie automatisch immer stärker bereits beim Erstentwurf darauf, ihre üblichen Fehler zu vermeiden und alle fest-

gelegten sprachlichen Kriterien einzuhalten. Durch diesen Lerneffekt wird weitere Zeit eingespart.“

Das Tool hat nicht nur Einfluss auf die redaktionelle Arbeit, sondern spielt auch im Vertrieb und in der Imagepflege eine Rolle, wie Lobe berichtet: „Ich stelle das Tool nicht prominent ins Schaufenster. Gleichwohl erwähne ich es in der Kundenkommunikation als unterstützendes Argument im Rahmen unserer Qualitätssicherung und Digitalstrategie. Wir werden als Innovationstreiber in der Branche wahrgenommen. Das soll auch so bleiben. Daher ist es vorteilhaft, ein Tool wie die Wortliga-Textanalyse kommunikativ zu platzieren.“

Die nächsten KI-Schritte

Der Weg zur effizienten Textoptimierung ist für Spot on News mit dem Wortliga-Tool allerdings noch nicht abgeschlossen. Ganz neu im CMS verankert hat die Agentur die KI-Eigenentwicklung Conunique: „Conunique kann unsere Agenturtexte sekundenschnell umschreiben und passt diese stilistisch an die vom Kunden gewünschte Tonalität an. Die Texte werden dadurch unverwechselbar – ein großer Vorteil bei der Suchmaschinenoptimierung“, erklärt Lobe. Beispiele sind die Umwandlung eines unpersönlich formulierten Textes in einen Text mit direkter Leseransprache oder die geschickte Integration von Keywords. „Wir können unseren Kunden nun einzigartige Texte in großer Zahl zu sehr günstigen Konditionen bereitstellen. Wir werden uns dabei aber niemals blind auf KI verlassen. Jeder Text wird weiterhin von der Redaktion geprüft und freigegeben“, resümiert Lobe.

ANDRÉ GÄRISCH

ist freier Medienfachjournalist



SERVICE

Wie man KI-Sprachassistenten optimal nutzt

Drei Tipps von Spot-on-News-Chef Tobias Lobe:

1. Auf wertschätzende Kommunikation achten:

Talent und Qualifikation der Redakteure sollten bei der Einführung des Tools unterstrichen werden. Die KI ist keine Konkurrenz, sondern eine Assistenz. Sie hilft den Redakteuren dabei, einen klaren Blick zu bewahren und Zeit zu sparen – insbesondere bei Aufgaben, für die sie in der Regel ohnehin nicht brennen.

2. Die Vorschläge der KI als unverbindliche Hinweise betrachten:

Die Redakteure übernehmen die Vorschläge der KI nicht blind, sondern entscheiden eigenständig und differenziert, welche Anpassungen sie sinnvollerweise vornehmen. Ein Satz, den die KI als zu lang identifiziert, muss beispielsweise nicht zwingend gekürzt werden, wenn die Überlänge nur wenige Wörter beträgt.

3. Ein positives Feedbackklima schaffen:

Gerade wenn ein Tool als besonders benutzerfreundlich gilt und mit diesem USP gegenüber der Redaktion positioniert wird, ist es entscheidend, diese Einfachheit in der Praxis zu überprüfen. Ein Klima des offenen Austauschs ermutigt die Nutzer, sich bei Verständnisproblemen oder genereller Kritik an der KI zu äußern und sich nicht aus falscher Scham zurückzuhalten.

Kontakt:

Tobias Lobe, CEO / Editor in Chief,
Spot on News
lobe@spot-on-news.de