

Wer das schrie ist doof



Pressesprecher eines deutschen Medienhauses beim Verkünden markenfokussierter originärer Inhalte (Symbolbild).

Create a press photo: A man in a suit and tie shouts into a megaphone; numerous people listen to him; heavy rain; the background is a destroyed modern city with collapsed high-rise buildings; no animals; -ar 16:9 -s 750

[Bei Heise las ich](#) über die Kooperation von ChatGPT und dem Axel-Springer-Verlag. Die KI [zitiert also zukünftig](#) unter anderem das Qualitätsmedium Bild-Zeitung "to deepen beneficial use of AI in journalism".

Schon klar. Irgendein Algorithmus spülte mir dann einen schon etwas älteren „[Artikel](#)“ vor meine Augen, der erklären will, was der Verlag plant, wenn es um KI und Journalismus geht.

Schreibe den folgenden Text in verständliches Deutsch um: „Mit der Entscheidung, für die BILD-Gruppe und die WELT-Gruppe unternehmerisch eigenständige Einheiten zu schaffen, wurden bereits Ende letzten Jahres die Weichen gestellt. Jetzt informierten der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner, Claudius Senst, CEO BILD-Gruppe, und Carolin Hulshoff Pol, CEO WELT-Gruppe die Mitarbeiter über einen strategischen Fünf-Punkte-Plan sowie die daraus abgeleiteten Ziele und geplanten Maßnahmen in den zwei Markengruppen und den einzelnen Servicebereichen.

Kernthema ihrer Erläuterungen war, wie die vollständige

Transformation zu einem rein digitalen Medienhaus gelingen soll. Sie plädierten für ein grundlegend neues Verständnis von Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter. Darüber hinaus informierten sie über die neue organisatorische Aufstellung und machten deutlich, dass Sparen und Investieren gleichzeitig erfolgen müssen, um Wachstum und Profitabilität zu sichern. Weiter führten sie aus, was die Pläne konkret für die Mitarbeiter bedeuten werden.“

stellt. Jetzt informierten der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner, Claudius Senst, CEO BILD-Gruppe, und Carolin Hulshoff Pol, CEO WELT-Gruppe die Mitarbeiter über einen strategischen Fünf-Punkte-Plan sowie die daraus abgeleiteten Ziele und geplanten Maßnahmen in den zwei Markengruppen und den einzelnen Servicebereichen.

Kernthema ihrer Erläuterungen war, wie die vollständige Transformation zu einem rein digitalen Medienhaus gelingen soll. Sie plädierten für ein grundlegend neues Verständnis von Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter. Darüber hinaus informierten sie über die neue organisatorische Aufstellung und machten deutlich, dass Sparen und Investieren gleichzeitig erfolgen müssen, um Wachstum und Profitabilität zu sichern. Weiter führten sie aus, was die Pläne konkret für die Mitarbeiter bedeuten werden.

Der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner bekräftigte: „Unser Ziel ist ‚Digital Only.“ Zugleich betonte er, dass die vollständige Umstellung nicht kurzfristig erfolgen werde. „Print

ChatGPT: Die Weichen für eine wichtige Veränderung wurden Ende letzten Jahres gestellt, als die Entscheidung getroffen wurde, eigenständige Einheiten für die BILD-Gruppe und die WELT-Gruppe zu schaffen. Jetzt haben der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner, Claudius Senst, CEO der BILD-Gruppe, und Carolin Hulshoff Pol, CEO der WELT-Gruppe, die Mitarbeiter über einen strategischen Fünf-Punkte-Plan informiert, der klare Ziele und geplante Maßnahmen für beide Markengruppen und die verschiedenen Servicebereiche definiert.

In ihren Erläuterungen stand vor allem die Frage im Mittelpunkt, wie die komplette Umwandlung in ein digitales Medienhaus erfolgreich umgesetzt werden kann. Sie betonten die Notwendigkeit eines völlig neuen Verständnisses von Qualitätsjournalismus im Zeitalter der Digitalisierung. Zusätzlich wurden Informationen über die neue Organisationsstruktur geteilt und verdeutlicht, dass sowohl

Sparen als auch Investieren gleichzeitig erfolgen müssen, um Wachstum und Profitabilität sicherzustellen. Darüber hinaus erläuterten sie, wie sich die Pläne konkret auf die Mitarbeiter auswirken werden.

Döpfner unterstrich, dass im digitalen Zeitalter und durch die steigende Bedeutung von Automatisierung und künstlicher Intelligenz noch stärker als bisher der Journalismus im Zentrum stehen werde. „Journalismus-Kreation wird zum Kern unseres Tuns. Journalistische Produktion wird zum Nebenprodukt, immer mehr technisch gestützt und automatisiert. Das bedeutet Umbau der Redaktionen und Verschiebung von Personal und Kosten. Diese Veränderung zu verstehen, ist essenziell für die Zukunftsfähigkeit eines Verlages.“ Er führte aus, dass das Erstellen exklusiver und attraktiver Inhalte unersetzlich bleibe und für Medienhäuser noch erfolgskritischer werde. „Überleben wird nur, wer die besten originären Inhalte schafft.“

Ihre Ziele und ihren persönlichen Anspruch für die WELT-Gruppe präsentierte Carolin

Das ist doch alles Blödsinn, KI! Die Schwurbelsätze und sinnfreien Buzzwörter sind immer noch da. Weichen stellen. Im Mittelpunkt stehen. Kernthemen. Profitabilität. Neue organisatorische Aufstellung. Aktiv in Angriff nehmen. Entschlossenheit. Unterstrich. Notwendigkeit betonen. Erfolgreich umsetzen. Fasel, Rhabarber, fasel.

Man könnte auch sagen: Wer das schrieb, ist doof. Oder: Wer das liest, bleibt dumm.