

*Der **Style-Guide-** Baukasten.*

Markenton als wiederverwendbarer Baustein für KI.
Einmal gebaut, überall eingesetzt.

Warum ein Style-Guide für KI?

Jeder neue Prompt ist wie ein neuer Mitarbeiter, der noch nie bei dir gearbeitet hat. Er kennt deine Marke nicht, deine Kunden nicht, deine Tonalität nicht.

Ein **Style-Guide-Baustein** ist die erste E-Mail an diesen neuen Mitarbeiter – ein kurzes Dokument, das alles Wichtige enthält. Du fütterst es einmal, dann nutzt du es in jedem Prompt.

WAS ER LEISTEN MUSS

- Ton und Sprache auf einen Blick definieren
- No-Go-Wörter auflisten (das was nie vorkommen soll)
- Beispielsätze liefern (wie es klingen soll)
- Zielgruppe beschreiben (wer liest das)
- Mindestens ein negatives Beispiel („so klingt es NICHT“)

→ **Goldregel:** Ein negatives Beispiel ist 5x wertvoller als drei positive. KI lernt, was zu vermeiden ist, schneller als was zu tun ist.

Das Baukasten-Template.

```
# Style-Guide · [Markenname]

## Kern
- **Markenaussage** (1 Satz): [...]
- **Zielgruppe**: [1-2 Sätze, konkret]
- **Markenton (3 Adjektive)**: [z.B. direkt, warm, kompetent]

## Sprache
- **Anrede**: [Du / Sie]
- **Satzbau**: [kurz und direkt / ausschweifend]
- **Perspektive**: [ich / wir / neutral]

## Wording-Do's (nutzen wir gern)
- [Wort oder Phrase] – warum
- [...]
- [...]

## Wording-Dont's (nutzen wir NIE)
- [Wort oder Phrase] – warum nicht
- [...]
- [...]

## Beispielsätze

**So klingt es richtig:**
> [Beispielsatz in deinem Ton]

**So klingt es NICHT richtig:**
> [Beispielsatz, der zu generisch oder zu corporate klingt]

## Besonderheiten
- [z.B. Fachbegriffe immer erklären]
- [z.B. keine Emojis in Business-Kontext]
- [...]
```

Ausgefülltes Beispiel.

So sieht ein fertiger Style-Guide aus – hier für Snorkeling Duck selbst:

```
# Style-Guide · Snorkeling Duck
```

```
## Kern
```

- **Markenaussage**: Praktische Hilfe für kleine Agenturen, die KI einsetzen wollen – ohne Buzzword-Bingo.
- **Zielgruppe**: Inhaber kleiner Agenturen (2–15 Personen), die zu viel Zeit in Routine stecken.
- **Markenton**: direkt, pragmatisch, warm.

```
## Sprache
```

- Anrede: Du
- Satzbau: kurz und direkt, gern mit „Punkt. Punkt. Punkt.“
- Perspektive: ich (wenn Sebastian spricht) / du (wenn's um Leser geht)

```
## Wording-Do's
```

- „konkret“, „messbar“, „heute einsetzbar“ – weil Skepsis die Grund-Emotion ist
- „das System dahinter“ – Positionierung gegen ChatGPT-Tipps
- „kleine Agenturen“ – Zielgruppen-Anker
- „in 20 Min“, „in unter 2 Std“ – Zeit-Claims machen konkret

```
## Wording-Dont's
```

- „Game-changer“, „revolutionär“, „disruptiv“ – klingt nach Buzzword-Fabrik
- „In der heutigen Zeit“ – Floskel-Einstieg
- „Bahnbrechend“ – übertrieben
- „AI“ wenn „KI“ passt – Zielgruppe ist deutschsprachig

```
## Beispielsätze
```

```
**Richtig:**
```

```
> „KI nutzen heißt nicht ChatGPT aufmachen. Es heißt: ein System dahinter bauen.“
```

```
**Falsch:**
```

```
> „In der heutigen, schnelllebigen Zeit ist es unerlässlich, AI-Technologien bahnbrechend einzusetzen, um die Effizienz zu maximieren.“
```

```
## Besonderheiten
```

- Preise immer konkret: „297 €“ nicht „ab ~300 €“

- Konkrete Tools beim Namen: „Claude“, „Midjourney“, nicht „AI-Tools“
- Keine Emojis in langen Texten. Kurze Social-Snippets: max. 1 Emoji.

So setzt du ihn ein.

VARIANTE 1: CLAUDE PROJECTS

Neuen Space „Marke [X]“ anlegen. Style-Guide als System-Prompt hochladen. Jeder neue Chat in diesem Space nutzt automatisch den Guide.

VARIANTE 2: CUSTOM GPT

In GPT Builder: Style-Guide als „Instructions“. Plus ein Beispiel-Thread aus deiner Marke als Referenz. Der GPT hat den Ton dann im Kopf.

VARIANTE 3: EINZELPROMPT

Bei Einzelgebrauch am Anfang des Prompts:

„Folge dem Style-Guide von [Marke], den ich dir unten gebe. Dann schreibe [Aufgabe]. Style-Guide: [einfügen]“

VARIANTE 4: TEAM-WIKI

In **Obsidian** (lokal, markdown, DSGVO-nativ) oder Google Docs dokumentieren. Jeder Mitarbeiter, jede KI-Session, jeder Freelancer bekommt dieselbe Grundlage. Vorteil Obsidian: jede Marke ist eine .md-Datei, die du direkt an Claude Projects anhängst.

→ **Weiter geht's:** Sobald du einen Guide hast, erstell drei: einen für dich, einen für jeden Kunden, einen für jeden Kanal. Am Ende hast du eine **Ton-Bibliothek**.

DEIN NÄCHSTER SCHRITT

Das ist Baustein 1 von 4 im Agentur-OS-Modul.

Im Kurs: Brief-Baustein, Reporting-Baustein, Pitch-Baustein – alle
zusammen.

sebastian-sperber.de/tauchgang

© 2026 Sebastian Sperber

Mediengestalter · Art Director
Röthenbach a.d. Pegnitz · Bayern

Kleinunternehmer nach § 19 UStG
Keine Mehrwertsteuer ausgewiesen

sebastian-sperber.de/tauchgang