

KURZWORKSHOP FÜR MARKETINGABTEILUNGEN · AUSGABE 2026 – ÜBERARBEITET

Claude Cowork mit Fable 5 im *Marketing*

Praxisleitfaden für den Einsatz von Claude Cowork in einer Marketingabteilung: Plugins & Skills, Markenstimme, Kampagnen, Content, SEO, Connectoren und Team-Workflows.

Workshop-Leitung: Christian Niebisch

Aus der Praxis für die Praxis



STRATEGIE · COWORK · PROMPTS · MARKETING · QUALITÄT

Christian *Niebisch*

Dozent, Workshop-Leiter und Praxispartner für Marketing, Vertrieb, KI, Business Development und digitale Transformation. Über 20 Jahre Erfahrung – verbunden mit praktischer KI-Anwendung im Unternehmensalltag.

ERGEBNISSE, DIE ZÄHLEN



+120 %

Umsatzwachstum durch gezielte Strategien



+65 %

mehr qualifizierte Leads durch Kampagnen



-25 %

geringere Customer Acquisition Costs (CAC)



Nachhaltig

Aufbau starker Marken und langfristiger Kundenbeziehungen



MEIN VERSPRECHEN

Ich entwickle Marketing, das wirkt – strategisch, kreativ und messbar. Für starke Marken, begeisterte Kunden und nachhaltiges Wachstum.

„Marketing ist keine Kostenstelle. Es ist der Wachstumsmotor Ihres Unternehmens.“

Marketingführung & Markenaufbau

Kampagnen & Content

Adobe Creative Cloud & InDesign

WordPress & Elementor

KI-Tools & Automatisierung

Cowork als *Arbeitsumgebung*

Claude Cowork wird nicht als Chatfenster genutzt, sondern als Arbeitsumgebung: Rolle wählen, passende Plugins installieren und direkt in Marketingprozesse starten – Skills ruft das Team danach einfach per „/“ auf.

Claude Cowork · Rolle: **Marketing** · Für die Marketing-Arbeit

Marketing

Kampagnen planen, Content erstellen und Performance analysieren

Hinzufügen

Brand Voice

Markenstimme aus Beispielen ableiten und Guidelines prüfen

Hinzufügen

SearchFit SEO

Websites auditieren, Themen clustern und AI-Search vorbereiten

Hinzufügen

1 Rolle für Marketing definieren



2 Passende Plugins & Skills wählen



3 Connectoren und Arbeitsordner klären



4 Ersten Marketing-Workflow testen

Workshop-Idee: Eine Marketingabteilung lernt, Claude Cowork wie einen digitalen Mitarbeiter einzurichten: mit klarer Rolle, passenden Skills, Regeln für Markenstimme, nachvollziehbaren Aufgaben und menschlicher Kontrolle.

Fable 5 & Cowork: *der akti*

Dieser Guide ist auf dem Stand Juni 2026. Vier Punkte sollten Marketingteams kennen, bevor sie starten.

01

Fable 5: neue Modellklasse

Claude Fable 5 ist Anthropic's erste Mythos-Klasse oberhalb von Opus – das leistungsfähigste allgemein verfügbare Claude-Modell. Für Marketingteams heißt das: längere Aufgabenketten, besseres Markenverständnis und verlässlichere agentische Arbeit.

02

Plugins, Skills & Connectoren

Plugins bündeln fertige Marketing-Workflows (Skills) und Anbindungen (Connectoren via MCP): HubSpot, Canva, Slack, Notion, Figma, Ahrefs, Klaviyo u. a. Daten fließen direkt aus den echten Systemen in die Arbeit – ohne Copy & Paste.

03

Geplante Aufgaben & Artefakte

Cowork erledigt wiederkehrende Arbeit automatisch (z. B. Wochenreport jeden Montag) und erstellt echte Dateien: Word, PowerPoint, Excel, PDF – fertig im Arbeitsordner statt Text zum Abtippen.

04

ChatGPT als Ergänzung

Teams, die mit ChatGPT arbeiten, erreichen vieles ähnlich über Custom GPTs, Canvas und integrierte Bildgenerierung. Die Methodik dieses Guides (Rolle, Kontext, Review) gilt für beide Werkzeuge – Cowork punktet bei Dateien, Ordnen und Team-Workflows.

Die Marketingabteilung als *gestützte Arbeitszentrale*

Fable 5 wird im Workshop als leistungsfähiger Arbeitsmodus betrachtet: nicht für blinden Autopilot, sondern für strukturierte Vorbereitung, Produktion und Qualitätskontrolle.



Typische Aufgaben

- Kampagnen strukturieren
- Zielgruppen und Personas aufbereiten
- Contentpläne erstellen
- Werbetexte, Claims und Anzeigenvarianten entwickeln
- SEO- und AI-Search-Ideen vorbereiten
- Reports und Learnings zusammenfassen

Wichtige Regeln

- Klare Rolle und Aufgabe vorgeben
- Markenstimme und No-Gos definieren
- Quellen, Daten und Annahmen trennen
- Outputs nie ungeprüft veröffentlichen
- DSGVO, Rechte und Kundendaten beachten
- Teamfreigaben dokumentieren

Rolle, Skills und *Arbeitsor einrichten*

Der Start entscheidet über die Qualität. Eine Marketingabteilung braucht keine Spielwiese, sondern eine saubere Arbeitslogik.

01

Rolle klären

Was soll Claude tun: Content-Assistent, Kampagnenplaner, Brand-Reviewer oder Analysepartner?

02

Skills wählen

Marketing für Kampagnen und Content, Brand Voice für Tonalität, SearchFit SEO für Sichtbarkeit – als Plugins installiert, per „/“ aufrufbar.

03

Kontext geben

Leistungen, Zielgruppen, Markenwerte, Beispiele, Wettbewerber und No-Gos im Arbeitsordner hinterlegen; CRM & Tools als Connectoren anbinden.

04

Workflow testen

Kleine Aufgaben starten, Ergebnisse bewerten, Regeln verbessern und erst danach skalieren.

Workshop-Merkatz: Ein guter Claude-Workflow beginnt nicht mit einem Prompt, sondern mit einer sauber beschriebenen Marketingaufgabe.

Wo Fable 5 im Marketing *k* hilft

Der größte Nutzen entsteht dort, wo viele Informationen sortiert, verdichtet und in umsetzbare Varianten überführt werden müssen.

Kampagnenplanung

Ziele, Zielgruppen, Kernbotschaften, Kanäle, Timing, Assets und Erfolgskriterien strukturieren.

Content-Produktion

Blog, LinkedIn, Newsletter, Landingpages, FAQ, Anzeigen und Überschriften vorbereiten – als fertige Dateien.

Brand Voice

Tonalität, Stilregeln, Formulierungen, Begriffe und rote Linien für Texte prüfen.

SEO & AI-Search

Suchintentionen, Themencluster, Seitenstruktur, Snippets und Antwortformate entwickeln.

Reporting

Kampagnenergebnisse zusammenfassen, Muster erkennen und nächste Schritte ableiten – auf Wunsch automatisch jede Woche.

Teamarbeit

Briefings, Aufgabenlisten, Redaktionspläne und Review-Kommentare schneller vorbereiten.

EINORDNUNG

Nicht jede Aufgabe muss automatisiert werden. Aber fast jede Marketingaufgabe kann besser vorbereitet, schneller strukturiert oder sauberer geprüft werden.

Werkzeuge für *Wirtschaft* *Tempo*

Cowork ersetzt nicht den Marketing-Stack – es verbindet ihn. Diese Bausteine haben sich im Mittelstand bewährt.

Aufgabe	Tools / Connectoren	Stärke
Arbeitszentrale	Claude Cowork (Fable 5) · alternativ ChatGPT + Custom GPTs	Qualität
CRM & Leads	HubSpot · Pipedrive (Connector)	Nachfassen
Design & Assets	Canva · Figma (Connector) · Adobe Firefly	Tempo
SEO-Daten	Ahrefs · Similarweb (Connector)	Sichtbarkeit
E-Mail & Kommunikation	Klaviyo · Gmail · Slack (Connector)	Reichweite
Bild & Video	Midjourney · Firefly · Ideogram · Sora/Veo/Runway	Kreativität
Automation außerhalb	n8n (Open Source) · Make · Zapier	Kosten

Schnellster Weg

Cowork mit Marketing-Plugin + Canva-Connector:
vom Briefing zur fertigen Kampagnen-
Präsentation in einem Nachmittag.

Wirtschaftlichster Weg

Team-Abo (ca. 20–30 €/Monat pro Person) statt
Einzeltools: Konzept, Text, Review und Reporting
laufen in einer Umgebung – der ROI entsteht durch
hinterlegten Kontext und wiederverwendbare
Skills.

Von der Kampagnenidee zu *Arbeitsplan*

Cowork kann aus einem groben Ziel einen strukturierten Kampagnenplan machen – wenn Ziel, Zielgruppe und Rahmenbedingungen sauber angegeben werden.

DIE FORMEL

Ziel + Zielgruppe + Angebot + Kanal + Tonalität + Erfolgskriterium = brauchbarer Kampagnenprompt

BEISPIELPROMPT (ODER /CAMPAIGN-PLAN IM MARKETING-PLUGIN)

Du bist Marketingstrategie in einer B2B-Marketingabteilung. Entwickle aus folgendem Angebot eine 4-Wochen-Kampagne für LinkedIn, Website und Newsletter. Zielgruppe: Geschäftsführer im Mittelstand. Ziel: Beratungstermine. Liefere Kernbotschaft, 5 Content-Ideen, 3 Anzeigenansprachen, Landingpage-Struktur und KPI-Vorschläge.

Workshop-Übung

Die Teilnehmer bringen ein reales Produkt oder eine Leistung mit. Daraus entsteht ein erster Kampagnenplan, der anschließend fachlich und markenkonform überarbeitet wird.

2026-VORTEIL

Mit angebundenem CRM- und Analytics-Connector greift der Plan direkt auf echte Zahlen zu – statt auf Schätzwerte.

Content-Produktion ohne] *Einheitsbrei*

Gute Inhalte entstehen nicht durch Masse, sondern durch klare Botschaft, Zielgruppenbezug und redaktionelle Qualität.

Input für Claude

- Wer soll erreicht werden?
- Welches Problem wird gelöst?
- Welche Einwände gibt es?
- Welche Tonalität passt zur Marke?
- Welche Formate werden benötigt?
- Welche Aussagen dürfen nicht gemacht werden?

Output prüfen

- Ist der Text fachlich richtig?
- Klingt er nach der Marke?
- Ist er konkret genug?
- Ist der Nutzen erkennbar?
- Gibt es unbelegte Behauptungen?
- Ist ein klarer nächster Schritt vorhanden?

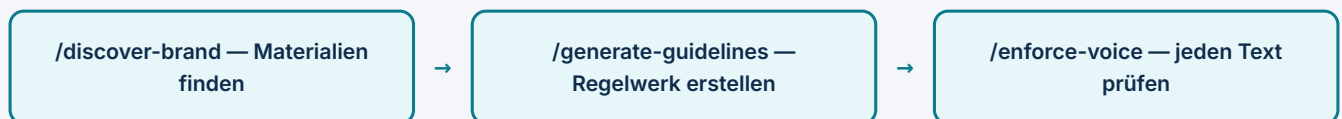
ARBEITSAUFTRAG

Erstelle drei Varianten für einen LinkedIn-Beitrag: sachlich, provokant und beratend. Nutze dieselbe Kernbotschaft, aber verändere Einstieg, Argumentation und Call-to-Action. Markiere, welche Variante für welche Zielgruppe am besten passt.

Brand Voice als *Qualitätsf*

Marketing mit KI funktioniert nur, wenn die Marke nicht in generischen KI-Sound abrutscht. Das Brand-Voice-Plugin leitet die Markenstimme aus echten Dokumenten ab und prüft jeden Text dagegen.

Bereich	Was hinterlegt wird	Wozu es dient
Stimme	Ton, Sprachstil, Begriffe, Satzlänge	Texte konsistent und wiedererkennbar machen
No-Gos	Übertreibungen, Floskeln, falsche Versprechen	Markenrisiken vermeiden
Beispiele	Gute Texte, schlechte Texte, Kampagnenreferenzen	Claude an echten Qualitätsmaßstäben ausrichten
Freigabe	Checkliste für Review und Veröffentlichung	Menschliche Verantwortung sichern



Praxispunkt: Brand Voice ist kein Logo und keine Farbpalette. Es ist die Art, wie ein Unternehmen denkt, argumentiert und mit Kunden spricht.

SEO und AI-Search *vorber*

SearchFit SEO oder ähnliche Skills helfen, Themen, Suchintentionen und Seitenstrukturen schneller vorzubereiten – inklusive Sichtbarkeit in KI-Antwortsystemen (ChatGPT, Perplexity, Google AI).

01

Themencluster

Aus Produkten, Zielgruppen und Problemen werden Themenfelder und Unterseiten abgeleitet.

02

Suchintention

Claude unterscheidet Informationssuche, Vergleich, Kaufabsicht und Problemlösung.

03

Content-Struktur

Headlines, FAQs, Abschnitte, interne Links und Snippet-Logik werden vorbereitet.

04

Neu: AI-Visibility

Prüfen, wie die eigene Marke in KI-Antworten erscheint – und Inhalte so aufbereiten, dass KI-Systeme sie zitieren (/ai-visibility).

BEISPIELPROMPT

Analysiere diese Leistungsseite für eine B2B-Zielgruppe. Erstelle Themencluster, FAQ-Fragen, Suchintentionen und eine verbesserte Seitenstruktur für klassische Suche und KI-Antwortsysteme. Trenne Fakten, Annahmen und offene Recherchepunkte.

WICHTIG

Claude liefert Struktur und Entwürfe. Die fachliche Wahrheit, Quellenlage und finale Freigabe bleiben Aufgabe des Marketingteams.

So arbeitet das Marketingt *Claude*

Der beste Effekt entsteht, wenn Claude nicht Einzelpersonen schneller macht, sondern Teamabläufe verbessert.

Vorbereitung

Marketingziele, Kampagnenkalender, Markenregeln und Beispiele sammeln. Arbeitsordner, Connectoren und Skill-Set definieren.

Produktion

Briefing, Contententwurf, Bildidee, Landingpage-Struktur, Anzeigenvariante oder Reportingentwurf erstellen lassen – als fertige Dateien im Ordner.

Review

Ausgabe gegen Brand Voice, Fakten, Datenschutz, Rechte und fachliche Plausibilität prüfen.

Lernen

Gute Prompts als Skills sichern, schlechte Ergebnisse analysieren, Regeln verbessern und wiederverwendbare Muster bauen.

Ergebnis des Kurzworkshops

Am Ende steht ein erster Marketing-KI-Arbeitsstandard: Rollenbeschreibung, Skill-Auswahl, Prompt-Vorlagen, Review-Checkliste und ein konkreter Pilot-Workflow.

Keine KI ohne *Leitplanken*

Marketing arbeitet mit Kundendaten, Kampagnendaten, internen Strategien und Markenwerten. Deshalb braucht der Einsatz klare Grenzen.

Do

- mit anonymisierten Beispielen arbeiten
- Freigabeprozesse definieren
- Quellen und Annahmen trennen
- personenbezogene Daten vermeiden
- Rechte an Bildern und Texten prüfen
- Marken- und Rechtsprüfung einplanen

Don't

- Kundendaten unbedacht eingeben
- vertrauliche Strategien ohne Schutz teilen
- KI-Texte ungeprüft veröffentlichen
- automatisch generierte Fakten übernehmen
- Bildideen ohne Rechteprüfung nutzen
- Teamregeln durch Einzelaktionen umgehen

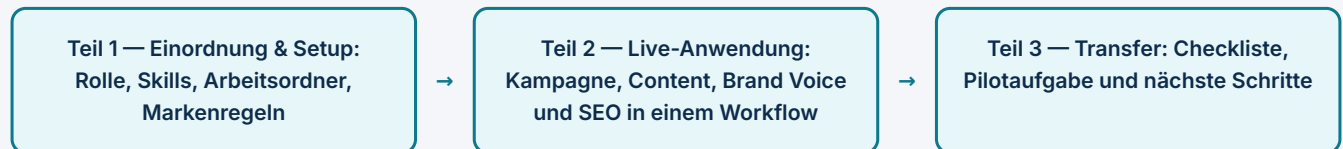
Neu: EU AI Act

Ab 02.08.2026 gelten Transparenzpflichten: KI-generierte Inhalte mit Täuschungspotenzial kennzeichnen, KI-Chatbots als solche ausweisen. Für interne Marketingarbeit mit Cowork ändert sich wenig – für veröffentlichte Inhalte gehört der Check in die Freigabe-Checkliste.

Merksatz: KI beschleunigt Marketingarbeit. Verantwortung, Qualität und Freigabe bleiben beim Menschen.

90 Minuten: Von der Einric *Pilotprozess*

Ein kompakter Einstieg für Marketingteams, die Claude Cowork schnell und kontrolliert ausprobieren möchten.



Zeit	Baustein	Ergebnis
0–15 Min.	Rolle und Nutzen klären	Gemeinsames Zielbild für die Marketingabteilung
15–35 Min.	Skills und Kontext einrichten	Marketing, Brand Voice und SEO als Arbeitslogik
35–70 Min.	Praxisaufgabe umsetzen	Erster Kampagnen- oder Contentworkflow
70–90 Min.	Review und Pilotplan	Nächste Aufgaben und Verantwortlichkeiten

Kurzworkshop online (90 Min., bis 10 TN)

790 €

netto zzgl. USt.

Als Teil des Tagesworkshops in-house

2.400 €

netto zzgl. USt. und Reisekosten

Startprompts für die *Marketingabteilung*

Die folgenden Prompts sind bewusst als Arbeitsmuster formuliert und müssen an Marke, Zielgruppe und Angebot angepasst werden – ideal als Basis für eigene Skills.

ROLLE FESTLEGEN

Du arbeitest als Marketing-Assistent für unsere Abteilung. Denke strategisch, schreibe klar, vermeide Floskeln und trenne Fakten von Annahmen. Frage nach, wenn wichtige Informationen fehlen.

KAMPAGNE PLANEN

Erstelle aus diesem Angebot eine Kampagnenstruktur mit Zielgruppe, Kernbotschaft, Kanälen, Contentideen, Landingpage-Aufbau und KPIs. Gib mir zuerst eine Übersicht, danach die Details.

BRAND VOICE PRÜFEN

Prüfe den folgenden Text auf Markenstimme, Klarheit, Nutzenargumentation und Glaubwürdigkeit. Markiere schwache Stellen und schlage eine bessere Version vor.

SEO VORBEREITEN

Erstelle für dieses Thema Suchintentionen, FAQ-Fragen, Seitenstruktur, Meta-Title, Description und Abschnittsüberschriften. Kennzeichne offene Recherchepunkte.

// NÄCHSTER SCHRITT //

Starten Sie mit einem klaren *Marketing-Pilot.*

Gemeinsam definieren wir, wo Claude Cowork mit Fable 5 in Ihrer Marketingabteilung direkt Nutzen schafft: bessere Briefings, schnellere Contentproduktion, konsistente Brand Voice, strukturierte Kampagnen und saubere Qualitätskontrolle.

KI-Marketing-Workshop anfragen

www.mrpetzai.de

Christian Niebisch · christian.niebisch@mrpetzai.de · 015562 / 511 169

Mr. Petz *AI*

MAKE BUSINESS INTELLIGENT.