

**2026-01-25**

# **KI-Instruktionen für Event-Kommunikation**

## **Living Document v3.0 - Marketing Club Lago Beispiel**

---

**Herausgeber:** DrKPI® CyTRAP Labs

**Erarbeitet für:** Marketing Club Lago

**Letzte Aktualisierung:** 25. Januar 2026

**Status:** Living Document (kontinuierliche Updates)

---



liefert Prompt Engineering für den Marketing Club Lago



---

### **Wie du dieses Dokument nutzt**

Dieses Living Document zeigt am Beispiel des Marketing Club Lago, wie du strukturierte KI-Instruktionen für konsistente Event-Texte, Newsletter und Social Media aufbaust.

### **Quick-Links zu wichtigen Sektionen**

- Event-Struktur - Aufbau von Event-Ankündigungen

- SEO-Optimierung - Fokus-Keywords & Meta
  - Social Media Posts - Plattform-spezifische Regeln
  - Referenzen & Quellen - Qualitäts-Research
  - Hashtag-Strategie - Begründungen
- 

## **Warum Prompt Engineering entscheidend ist**




Für Prompt Engineers besteht die Herausforderung darin, mit präzise gewählten Worten das Gewünschte – oder sogar das Genialische – aus der Maschine herauszukitzeln. Prompting ist das neue kreative Schreiben, und die Praxis entwickelt sich laufend weiter, obwohl formale Standards noch fehlen. Besonders anspruchsvoll ist dabei, dass KI Eingaben weder kritisch hinterfragt noch eigenständig besser formuliert; sie arbeitet mit dem, was man ihr gibt.

Dieses Dokument soll in einem ersten Schritt helfen, Regeln und Abläufe für den Umgang mit KI festzulegen, um die negativen Auswirkungen schlechter Prompts auf die Resultate zu verringern. Nichtsdestotrotz hängt die superiore Qualität der erhofften Resultate davon ab, ob Prompter – wie grosse Denker – in der Lage sind, die Fragen selbst immer wieder neu zu fassen und dadurch den Erkenntnisprozess aktiv voranzutreiben.

---

## **Tipp: Optimale Nutzungszeiten für KI-Systeme**

**Beste Zeiten für mehr Tokens/Leistung:**

-  **Früh:** Vor 08:00 Uhr
-  **Spät:** Nach 18:00-19:00 Uhr
-  **Wochenende:** Samstag & Sonntag (mehrmals nutzen empfohlen)

**Warum?** Weniger Nutzer:innen = mehr verfügbare Tokens = mehr Fragen/Aufgaben vor Limit = besseres Modell (kein Downgrade zu schwächerem Modell bei Überlastung).

---

## **Zentrale Erkenntnisse**

**KI automatisiert nicht das Denken, sie automatisiert die Leistung.  
Und das sollte uns beunruhigen.**

Denn es zeigt, wie viel von dem, was wir Wissenschaft nannten, längst nur noch Ritual war.

— DrKPI Analyse – Agentic Commerce

## **KI-Agenten scheitern nicht am Denken.**

Sie scheitern daran, dass Websites Bedeutung über visuelle Signale transportieren.

## **Was Menschen sehen, ist für Agenten nicht explizit vorhanden.**

Deshalb brauchen Agenten keine bessere Maus, sondern eine „zweite, maschinenlesbare Website“.

— DrKPI Analyse – Agentic Commerce

„Wir unterschätzen die Geschwindigkeit und Wucht, mit der KI unsere Welt verändern wird – das ist mir in den letzten 10 Jahren klar geworden.“

— Urs E. Gattiker, Ph.D., DrKPI

**Quelle:** [https://drkpi.com/de/ausbildung-und-weiterbildung-in-ki/#elementor-toc\\_\\_heading-anchor-3](https://drkpi.com/de/ausbildung-und-weiterbildung-in-ki/#elementor-toc__heading-anchor-3)

## **Arbeiten mit dem Living Document**

### **Erste Nutzung**

1. Gib dieses Dokument deinem KI-System (als Datei oder Text)
2. Sage: "Jetzt erstellen wir einen Text für [Blog/Event/Newsletter]. Die Regeln unten gelten, aber wir werden sie ergänzen."
3. Lass dein KI-System mit den Regeln arbeiten

### **Updates & Verbesserungen**

1. Speichere das Dokument lokal (z.B. 2026-01-25-KI-Instruktionen-V3.pdf )
2. Sammle Verbesserungen (was funktioniert, was nicht)
3. Bitte dein KI-System: "Aktualisiere das Living Document mit folgenden Änderungen: [Liste]"
4. Export in dein Format (Open Office, Apple Pages, Obsidian, Markdown)
5. Datiere neue Version: 2026-03-15-KI-Instruktionen-V10

**Tipp:** In den ersten Wochen wirst du das Dokument öfter verbessern - das ist normal!

## **GRUNDREGELN**

### **Content-Typen Unterscheidung**

1. **Blogeinträge** - DrKPI Regeln gelten, aber mit MC Lago CTAs

2. **Events WEBINAR** - Online, 55-90 Min, Impulsvortrag
3. **Events WORKSHOP/PRÄSENTATION** - Vor Ort, 2-2.5 Std, Hands-on

## Artifact-Struktur

- **Events:** Mindestens 2 Teile (bei >1 Seite)
- **Blogeinträge:** 3 Teile
- **Social Media Posts:** 3 Wellen-Artefakte
- **Einzelne Paragraphen:** Links im Chat

## Link-Formatierung







**ALLE LINKS MÜSSEN FETT SEIN!**

```
<!-- RICHTIG: -->
<a href="URL" target="_blank" rel="..."><strong>Text</strong></a>






<!-- FALSCH: -->
<a href="URL" target="_blank" rel="...">Text</a>
```

## Anmeldung deutlich markieren

**Bei ALLEN Events:**

 Treffpunkt: Villa Prym, Seestraße 33, 78464 Konstanz – [Event-Name]  
 Registrierung: ab 17 Uhr (⚠ Anmeldung zwingend – siehe ganz unten ⚠)  
 Beginn: 17:30 Uhr  
 Kosten: Eintritt kostenfrei (⚠ Anmeldung zwingend – Formular ganz unten ⚠)  
  Bitte mitbringen: Laptop oder Tablet sowie Smartphone **!**

**Bei Webinaren:**

 Datum: 23. Februar 2026  
 Treffpunkt: im Internet – anmelden, Code für kostenlosen Beitritt erhalten  
 Registrierung: online (⚠ Anmeldung zwingend – siehe ganz unten ⚠)  
 Beginn: 18:00 Uhr  
 Kosten: Eintritt kostenfrei

---

## 1. VERLINKUNGEN

### 1.1 Interne Links (MC Lago)

## Standard (gleicher Tab):

```
<a href="#comment-5445" title="Beschreibung">
  <strong>Linktext</strong>
</a>
```

## Neuer Tab:

```
<a href="https://mclago.com/event-page/#comment-5445"
  target="_blank"
  rel="noopener noreferrer"
  title="Beschreibung">
  <strong>Linktext</strong>
</a>
```

## 1.2 Externe Links

**WICHTIG:** `rel="noopener noreferrer nofollow"` bei externen Links!

```
<a href="https://externe-seite.com/?utm_source=mclago.com"
  target="_blank"
  rel="noopener noreferrer nofollow"
  title="Beschreibung">
  <strong>Externe Quelle Details</strong>
</a>
```

## 1.3 rel-Attribute Bedeutung

Attribut	Zweck
<code>noopener</code>	Sicherheit (verhindert window.opener Zugriff)
<code>noreferrer</code>	Datenschutz (versteckt Referrer)
<code>nofollow</code>	SEO (nur bei externen Links)
<code>target="_blank"</code>	Öffnet im neuen Tab

## 1.4 UTM-Parameter

### Regel:

- Externe URLs → `?utm_source=mclago.com`
- Interne MC Lago → KEINE UTM-Parameter
- Newsletter → `&utm_source=mclago.com`

## 1.5 Deep-Links für Social Media

Immer vollständige URLs:

**RICHTIG:** `https://mclago.com/event/#agenda`

**FALSCH:** `#agenda`

---

## 2. HTML-STRUKTUR & GUTENBERG

### 2.1 Gutenberg Block-Struktur (KRITISCH!)

Jeder Block MUSS 3 Teile haben:

```
<!-- wp:paragraph --> ← Öffnungs-Tag  
<p>Inhalt hier</p> ← HTML-Inhalt  
<!-- /wp:paragraph --> ← Schließungs-Tag (PFLICHT!)
```

### 2.2 Überschriften mit ID

**ID-Regeln:**

- Nur Kleinbuchstaben
- Bindestriche statt Leerzeichen
- Keine Umlaute (ä→a, ö→o, ü→u)
- Keywords enthalten
- Sinnvoll & selbsterklärend

```
<!-- wp:heading -->  
<h2 class="wp-block-heading" id="open-source-tools-dsgvo">  
Open-Source Tools DSGVO: Effektive Lösungen für KMU  
</h2>  
<!-- /wp:heading -->
```

### 2.3 Bilder

**Regel:** Nach Image immer `<br>` (nicht `</br>!`) vor Caption!

```
<!-- wp:image {"id":40431,"sizeSlug":"full","linkDestination":"none"} -->  
<figure class="wp-block-image size-full">  
    
  <figcaption class="wp-element-caption"><br>Beschreibung...</figcaption>  
</figure>  
<!-- /wp:image -->
```

### 2.4 Tabellen (MOBILE-OPTIMIERUNG!)

## WICHTIG - Mobile-Optimierung:

Faustregel: Wörter über 15 Buchstaben → trennen mit Bindestrich –

```
<!-- wp:table -->
<figure class="wp-block-table">
<table>
<thead>
<tr>
<th>Spalte 1</th>
<th>Spalte 2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Daten-verarbeitungs-grundsätze</td>
<td>Kurzer Text</td>
</tr>
</tbody>
</table>
<figcaption class="wp-element-caption">
<br>Tabellenbeschreibung</figcaption>
</figure>
<!-- /wp:table -->
```

**FALSCH:** Datenverarbeitungsgrundsätze (27 Buchstaben!)

**RICHTIG:** Daten-verarbeitungs-grundsätze

## 3. SPACING-REGELN

Nach Element	Spacing	Code
Liste	15px	{"height":"15px"}
Bild	15px	{"height":"15px"}
Tabelle	15px	{"height":"15px"}
CTA-Box	15px	{"height":"15px"}
Quote	15px	{"height":"15px"}
Vor H3/H4	25px	{"height":"25px"}
Vor H2	32px	{"height":"32px"}
Nach Hashtags	32px	{"height":"32px"}

**Code:**

```
<!-- wp:spacer {"height":"15px"} -->
<div style="height:15px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->
```

#### **NIEMALS verwenden:**

- Separator ( `<hr>` ) zwischen Sections
  - Inkonsistente Spacing-Werte
- 

## **4. SEO-OPTIMIERUNG**

### **4.1 Fokus-Keyword (5-7x im Text)**

#### **Verwendung:**

1. H1 (Pflicht)
2. Erster Absatz (Pflicht)
3. Mindestens 1x H2
4. Alt-Text Hauptbild
5. Meta-Beschreibung
6. 2-3x im Fließtext
7. URL/Permalink

### **4.2 SEO-Titel (mit Power Word!)**

**Format:** [Power Word] + [Fokus-Keyword] + [Benefit/Zielgruppe]

**Beispiel:** Effektive DSGVO Tools für KMU – MC Lago Konstanz | 16.04.2026

**Länge:** 50-60 Zeichen optimal (max 70)

### **4.3 Permalink**

**Format:** [kurzer-event-name]–[bodensee/konstanz]

#### **Beispiele:**

- open-source-tools-workshop-bodensee
- webinar-christine-kaltenleitner

#### **Regeln:**

- Max 40 Zeichen
- Fokus-Keyword ODER Geografie
- Keine Umlaute (ä→ae, ö→oe, ü→ue)



## 4.4 Meta-Beschreibung

**Länge:** 150-160 Zeichen

**Beispiel:**

DSGVO konforme Open-Source Tools für KMU: Nextcloud, Thunderbird, Firefox.  
16. April | Villa Prym Konstanz. Kostenfrei! MC Lago Workshop.

## 4.5 WordPress Textauszug (Excerpt)

**Format:** 4 Absätze mit Emojis + Hashtags

**Länge:** 400-550 Zeichen

**Beispiel:**

🛡️ DSGVO konforme Open-Source Tools für KMU – kostenfrei lernen!  
Marketing Club Lago zeigt: Nextcloud, Thunderbird, Firefox & Bitwarden  
hands-on.

💻 Laptop mitbringen – Tools vor Ort installieren  
🔴 Kosten senken ohne Microsoft-Preiserhöhungen

📍 16. April 2026 | 17:30 Uhr | Villa Prym Konstanz | Kostenfrei

---

## 5. SPRACHE & FORMATIERUNG

### 5.1 Umlaute

- ✅ **IMMER:** ä, ö, ü
- ❌ **NIEMALS:** ae, oe, ue, ß

### 5.2 Zahlen vs. Wörter

**IMMER Ziffern:**

**RICHTIG:** 8 Jahre später nutzen fast alle KMU...

**FALSCH:** Acht Jahre später nutzen fast alle KMU...

### 5.3 Satzlänge & Paragraphen

- **Sätze:** ca. 16 Wörter
- **Paragraphen:** kurz → smartphone-lesbar
- **5 Absätze** = 5 Häppchen

## 5.4 Wortlänge-Optimierung

**Ziel:** Wörter mit max. 8 Buchstaben bevorzugen

### VERMEIDEN:

- Datenschutz-Folgeabschätzungen (30!)
- Verantwortlichkeitserklärung (29!)
- Datenverarbeitungsgrundsätze (27!)

### BESSER:

- DSFA (Abkürzung erklärt)
- KI-Note
- Daten-grundsätze

## 5.5 Füllwörter vermeiden (KRITISCH!)

**Streichen:** eigentlich, irgendwie, sozusagen, quasi, eben, halt, einfach

### Direkt formulieren:

**FALSCH:** Das ist eigentlich sehr wichtig.

**RICHTIG:** Das ist wichtig.

## 5.6 KEINE Bindestriche in Sätzen (KRITISCH!)

**FALSCH:** KMU brauchen pragmatische Lösungen – nicht komplizierte Systeme.

**RICHTIG (Semikolon):** KMU brauchen pragmatische Lösungen; nicht komplizierte Systeme.

**RICHTIG (2 Sätze):** KMU brauchen pragmatische Lösungen. Nicht komplizierte Systeme.

---

## 6. SCHREIBSTIL (APA 7TH EDITION)

### 6.1 Style Guide

Wir nutzen: **APA 7th Edition**

### 6.2 Abkürzungen

**Regel:** Beim ersten Auftreten ausschreiben + Abkürzung in Klammern

**Beispiel:**

RICHTIG: Datenschutz-Folgeabschätzungen (DSFA) sind Pflicht.  
Bei kritischen DSFA muss...

**Ausnahmen (keine Erklärung):** KI, AGBs, DSGVO, SEO, ROI, KPI

## 6.3 Zitationen

**Blog Posts:** Gattiker (2025) argumentiert... oder (Gattiker, 2025)

**Blog Comments:** Gattiker (2025-10-10) erklärt...

## 6.4 Transitional Sentences

Am Ende eines Absatzes → Hinweis auf nächsten:

Diese Erkenntnisse passen zu unseren Analysen über  
[Link zu verwandtem Post] und [Link zu anderem Thema].

---

## 7. EVENT-STRUKTUR (HTML-CODE)

**Reihenfolge der Sektionen:**

1. CTA Box (Einladung Co-Veranstalter) - Links fett
2. Hook-Intro (Problem + Lösung in 2-3 Sätzen)
3. Event-Details mit ⚠️ Anmeldung-Hinweis
4. Spacer 50px
5. H2: [Event-Thema] - Beschreibung
6. Problem-Beschreibung
7. Lösung-Beschreibung
8. Tools/Methoden
9. H3: Lernziele
10. Spacer 55px
11. H3: Zielgruppe
12. Spacer 55px
13. H2: Agenda-Tabelle
14. Hinweis Themen-Tische (falls vorhanden)
15. Spacer 25px
16. H2: Präsentatoren - alle Links fett
17. Spacer 55px
18. H2: FAQ (6 Fragen als H3 mit ID)
19. Spacer 25px

20. H2: [Thema] und Datenschutz 2026
  21. PDF-Download Link (fett)
  22. Spacer 55px
  23. CTA: MC Lago Newsletter
  24. Spacer 32px
  25. CTA: Mehr über MC Lago
  26. Spacer 55px
  27. H2: Wer ist der Marketing Club Lago?
  28. H3: Wie viele Events?
  29. CTA Box: Mitglied werden
  30. H2: #MCLago Vorteile
  31. AI-Verantwortlichkeitserklärung
  32. Hashtags
  33. Spacer 32px
- 

## 8. FAQ-BEREICH

Standard-FAQs (als H3 mit ID):

### Frage 1: Welche Themen werden behandelt?

```
<h3 id="faq-was-behandelt" class="wp-block-heading">Welche Themen werden  
behandelt?</h3>  
<p>[Antwort mit konkreten Tools]</p>
```

### Frage 2: Ist XY DSGVO-konform?

```
<h3 id="faq-dsgvo-konform" class="wp-block-heading">Ist XY DSGVO-konform?  
</h3>  
<p>[Technische Antwort]</p>
```

### Frage 3: Wie viel spare ich?

```
<h3 id="faq-kosten-nutzen" class="wp-block-heading">Wie viel spare ich?  
</h3>  
<p>[ROI-Antwort mit Zahlen]</p>
```

### Frage 4: Muss ich technische Vorkenntnisse haben?

```
<h3 id="faq-vorkenntnisse" class="wp-block-heading">Muss ich technische  
Vorkenntnisse haben?</h3>
```

```
<p>Nein! Der Workshop richtet sich an [Zielgruppe] ohne tiefe [Fach]-  
Kenntnisse...</p>
```

## Frage 5: Was muss ich mitbringen?

```
<h3 id="faq-mitbringen" class="wp-block-heading">Was muss ich mitbringen?  
</h3>  
<p>Laptop oder Tablet sowie Smartphone. [Falls Tools installiert...]</p>
```

## Frage 6: Ist der Workshop kostenfrei?

```
<h3 id="faq-kostenfrei" class="wp-block-heading">Ist der Workshop  
kostenfrei?</h3>  
<p>Ja! Eintritt kostenfrei, △ Anmeldung zwingend △.</p>
```

## Frage 7 (Webinare): Erhalte ich Unterlagen?

```
<h3 id="faq-unterlagen" class="wp-block-heading">Erhalte ich Unterlagen?  
</h3>  
<p>Ja, 1-2 Seiten PDF exklusiv für Teilnehmer!<br>Oft auch Blogbeitrag zum  
Webinar.</p>
```

Spacer zwischen Fragen: 15px

---

## 9. PRÄSENTATOREN-LISTE

Format (ALLE LINKS FETT):

```
<ul class="wp-block-list">  
<li><strong>[Name]</strong> – <a href="[LinkedIn-URL]?  
utm_source=mclago.com"  
target="_blank" rel="noopener noreferrer nofollow"  
title="[Name] LinkedIn Profil"><strong>LinkedIn</strong></a>,  
[Rolle] – <a href="[Firma-URL]?utm_source=mclago.com" target="_blank"  
rel="noopener noreferrer nofollow" title="[Firma]"><strong>[Firma]  
</strong></a></li>  
<li>und natürlich das gesamte Wissen der Teilnehmer:innen!</li>  
</ul>
```

LinkedIn Tags (für Social Media):

Format: @username (ohne https://)

## Standard-Tags:

- Samuel Häckel: @samuel-haeckel
  - Urs E. Gattiker: @drkpi
  - Linus Gattiker: @linus-gattiker
  - Christina Wechsel: @christina-wechsel-356a18ba
  - Kerstin Müller: @muellermachtweb
  - Elisabeth Motsch: @elisabethmotsch
  - Christine Kaltenleitner: @christine-maria-kaltenleitner-b5a4841a1
- 

## 10. HASHTAG-STRATEGIE

### 10.1 Allgemeine Regeln

**WICHTIG:** ALLE Social Media Posts brauchen Hashtags!

**Blogbeiträge (am Ende):** 6-8 Hashtags maximum, #MCLago IMMER dabei, KEIN #DrKPI (außer bei Co-Branding)

#### **Social Media Posts (PFLICHT!):**

- Instagram: 3-5 Hashtags
- LinkedIn/Xing: 5-7 Hashtags
- Facebook/Threads: 3-5 Hashtags
- X (Twitter): 1-2 Hashtags
- Bluesky: 2-3 Hashtags

### 10.2 MC Lago Standard-Hashtags

#### **Event-Posts:**

#MCLago #MarketingMitTiefe #MarketingEvents #Bodensee

#### **Mit BVMC-Bezug:**

#MCLago #BVMC #MarketingClubs #Bodensee

#### **Themenspezifisch:**

#MCLago #DSGVO #OpenSource #Bodensee  
#MCLago #KIimMarketing #MarketingAnalytics #Konstanz  
#MCLago #ContentMarketing #B2BMarketing #Bodensee

## 10.3 Begründung IMMER angeben

Format:

```
**Hashtags:** #MCLago #MarketingMitTiefe #OpenSource #Bodensee
```

```
**Begründung:**
```

- #MCLago: Brand-Hashtag MC Lago
- #MarketingMitTiefe: USP MC Lago
- #OpenSource: Event-Thema
- #Bodensee: Regionale Reichweite

---

## 11. CALL-TO-ACTION (CTA) BOXEN

### 11.1 CTA: Einladung Co-Veranstalter (GANZ OBEN!)

**Position:** Direkt nach H1, VOR Hook-Intro

**WICHTIG:** Alle Links FETT!

```
<!-- wp:html -->
<div class="cta-info" style="font-size:1em; margin:1.5rem 0; background-
color:#e8f5e9;
border-left:5px solid #4caf50; padding:1rem 1.2rem; border-radius:10px;">
  📢 <strong>Einladung an Co-Veranstalter:</strong><br>
  Teile diesen Beitrag in deinem Netzwerk und erwähne <strong><a
href="https://www.linkedin.com/company/marketing-club-lago/?
utm_source=mclago.com"
target="_blank" rel="noopener noreferrer nofollow"
title="Marketing Club Lago LinkedIn"><strong>Marketing Club Lago</strong>
</a></strong>
sowie alle <strong><a href="#praesentatoren" rel="noopener"
title="Präsentatoren Liste"><strong>Speaker</strong></a></strong>! 🎤
</div>
<!-- /wp:html -->

<!-- wp:spacer {"height":"32px"} -->
<div style="height:32px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->
```

### 11.2 CTA: MC Lago Newsletter (Nach FAQ/vor "Wer ist MC Lago")

```
<!-- wp:spacer {"height":"55px"} -->
<div style="height:55px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->
```

```

<!-- wp:html -->
<div class="cta-info" style="font-size:1em; margin:1.5rem 0; background-color:#e3f2fd; border-left:5px solid #2196f3; padding:1rem 1.2rem; border-radius:10px;">
  ✉ <strong>MC Lago Newsletter abonnieren:</strong><br>
  Erfahre als Erster von neuen Events, exklusiven Insights und Networking-Chancen!<br>
  Jetzt kostenfrei anmelden und Teil der Community werden.
</div>
<div style="display:flex; flex-wrap:wrap; gap:0.5rem; margin-top:0.6rem;">
  <a href="https://mclago.com/newsletter/?utm_source=mclago.com" target="_blank" rel="noopener noreferrer" title="MC Lago Newsletter abonnieren" style="flex:1 1 auto; text-align:center; background-color:#2196f3; color:#ffffff; padding:0.6rem 1.2rem; border-radius:8px; text-decoration:none; font-weight:bold;">
    ✉ Newsletter abonnieren
  </a>
</div>
<!-- /wp:html -->

<!-- wp:spacer {"height":"32px"} -->
<div style="height:32px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->

```

## 11.3 CTA: Mehr über MC Lago (Nach Newsletter)

```

<!-- wp:html -->
<div class="cta-info" style="font-size:1em; margin:1.5rem 0; background-color:#fff3e0; border-left:5px solid #ff9800; padding:1rem 1.2rem; border-radius:10px;">
  🌐 <strong>Mehr über den Marketing Club Lago erfahren:</strong><br>
  Entdecke unsere Events, Mitgliedschaft und Networking-Möglichkeiten am Bodensee.
</div>
<div style="display:flex; flex-wrap:wrap; gap:0.5rem; margin-top:0.6rem;">
  <a href="https://mclago.com/?utm_source=mclago.com" target="_blank" rel="noopener noreferrer" title="Marketing Club Lago Website" style="flex:1 1 auto; text-align:center; background-color:#ff9800; color:#ffffff; padding:0.6rem 1.2rem; border-radius:8px; text-decoration:none; font-weight:bold;">
    🌐 MC Lago entdecken
  </a>
</div>
<!-- /wp:html -->

```



```
<!-- wp:spacer {"height":"55px"} -->
<div style="height:55px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->
```

## 11.4 CTA: Mitglied werden (Nach "Wie viele Events?")

```
<!-- wp:html -->
<div class="cta-info" style="font-size:1em; margin:1.5rem 0; background-color:#f3e5f5; border-left:5px solid #9c27b0; padding:1rem 1.2rem; border-radius:10px;">
  🌟 <strong>Werde Teil der MC Lago Community:</strong><br>
  Exklusive Events, starkes Netzwerk und Marketing-Insights direkt am Bodensee.<br>
  Mitgliedschaft für Unternehmen und Privatpersonen möglich!
</div>
<div style="display:flex; flex-wrap:wrap; gap:0.5rem; margin-top:0.6rem;">
  <a href="https://mclago.com/mitgliedschaft/?utm_source=mclago.com" target="_blank" rel="noopener noreferrer" title="MC Lago Mitglied werden" style="flex:1 1 auto; text-align:center; background-color:#9c27b0; color:#ffffff; padding:0.6rem 1.2rem; border-radius:8px; text-decoration:none; font-weight:bold;">
    🌟 Jetzt Mitglied werden
  </a>
</div>
<!-- /wp:html -->

<!-- wp:spacer {"height":"32px"} -->
<div style="height:32px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->
```

## 11.5 AI-Transparenz-Note (Ganz am Ende, VOR Hashtags)

```
<!-- wp:spacer {"height":"25px"} -->
<div style="height:25px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->

<!-- wp:paragraph {"fontSize":"small"} -->
<p class="has-small-font-size">📄 <strong><a href="https://drkpi.com/de/ki-richtlinie-erstellen/?utm_source=mclago.com" target="_blank" rel="noopener noreferrer" title="KI Verantwortlichkeitserklärung">
  <strong>MC Lago AI-Verantwortlichkeitserklärung</strong></a>:</strong>
  Beitrag mit KI-Unterstützung erstellt; <strong><a href="https://drkpi.com/de/ki-richtlinie-erstellen/#comment-5445?utm_source=mclago.com" target="_blank" rel="noopener noreferrer" title="Wo Angaben nötig sind">
    <strong>Inhalte wurden geprüft und verantwortet</strong></a></strong></p>
<!-- /wp:paragraph -->
```

```
<!-- /wp:paragraph -->

<!-- wp:spacer {"height":"25px"} -->
<div style="height:25px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->

<!-- wp:paragraph -->
<p><strong>Hashtags:</strong> #MCLago #MarketingMitTiefe #OpenSource
#Bodensee</p>
<!-- /wp:paragraph -->

<!-- wp:spacer {"height":"32px"} -->
<div style="height:32px" aria-hidden="true" class="wp-block-spacer"></div>
<!-- /wp:spacer -->
```

---

## 12. REFERENZEN & QUELLEN

### Qualitäts-Research

#### ✓ Peer-Reviewed Quellen:

- ACM Digital Library - <https://dl.acm.org/>
- arXiv - <https://arxiv.org/>
- ResearchGate - <https://www.researchgate.net/>
- SSRN - <https://papers.ssrn.com/>

#### ✓ Staatliche Statistik:

- ONS (UK) - <https://www.ons.gov.uk/> - Office for National Statistics
- Destatis (DE) - <https://www.destatis.de/> - Statistisches Bundesamt Deutschland
- Statistik Austria - <https://www.statistik.at/>
- BFS (CH) - <https://www.bfs.admin.ch/> - Bundesamt für Statistik Schweiz
- SCB (SE) - <https://www.scb.se/> - Statistiska centralbyrån Sverige
- DST (DK) - <https://www.dst.dk/> - Danmarks Statistik

✗ **NICHT nutzen:** Statista (kommerzielle Aggregatoren ohne Methodik)

### Repräsentative Studien prüfen

**Basis:** Pew Research Methodologie

- <https://www.pewresearch.org/topic/methodological-research/>
- <https://www.pewresearch.org/methods/feature/international-methodology/>
- <https://www.pewresearch.org/international-surveys/>

## Wichtig:

- Stichprobe >1,000 reicht NICHT automatisch
- Clustering, Stratifizierung, Gewichtung prüfen
- Beispiel Schweiz: 8.5% italienischsprachig → 500 Personen nötig → Deutschsprachig: 4,000+ für Representative Sample

## Warnsignale bei Studien

- ❌ Nur Prozentangaben, keine Konfidenzintervalle
- ❌ Keine statistischen Tests zwischen Gruppen (t-tests, Regression nach Alter, Gender, Bildung, Einkommen)
- ❌ "Representative Studie" ohne Methodik-Beschreibung
- ❌ Fehlende Angaben zu Fragebogen, Sampling-Methode
- ❌ Kommerzielle Aggregatoren statt Original-Quellen

## Firmen-Studien prüfen

### Immer checken:

- Methodologie-Beschreibung vorhanden?
- Sample-Size + Sampling-Methode?
- Fragebogen verfügbar?
- Labor vs. Feldstudie?

## Referenz-Regel

**WICHTIG:** Wenn du eine Referenz im Draft angibst → NICHT eliminieren ohne Rückfrage!

---

## 13. SOCIAL MEDIA POSTS

### 13.1 Workflow-Prinzip

**WICHTIG:** Social Media Posts IMMER in 3 Wellen-Artefakte aufteilen!

- **ARTEFAKT 1:** WELLE 1 - Ankündigung (4 Wochen vorher)
- **ARTEFAKT 2:** WELLE 2 - Reminder (2 Wochen vorher)
- **ARTEFAKT 3:** WELLE 3 - Last Call (3-5 Tage vorher)

### 13.2 Plattform-Reihenfolge

**JEDE WELLE** enthält:

**TEIL A:** KEIN Scheduling (ZUERST!)

1. Bluesky
2. Xing
3. Facebook (persönlich + MC Lago Firmenseite)
4. OneHub (BVMC)

**TEIL B: Scheduling möglich (AM ENDE!)** 5. Threads 6. X (Twitter) 7. LinkedIn (persönlich + MC Lago Firmenseite) 8. Google Business

**Optional:** 9. Instagram (mit Foto-Vorschlag)

### 13.3 Plattform-Spezifikationen

Plattform	Posts	Limit	Besonderheit
Bluesky	3	<300	UNTER 300!
Xing	3	-	DACH-Fokus
Facebook	6	300	3 persönlich + 3 MC Lago
Threads	3	300	-
OneHub	2	100	#MCLago + #BVMC
X (Twitter)	3	140	Exakt 140!
LinkedIn	6	-	3 persönlich + 3 MC Lago
Google Business	1	500	Kurz
Instagram	3	-	Mit Foto

### 13.4 Hashtags in Posts (PFLICHT!)

**JEDER Social Media Post braucht Hashtags!**

**Anzahl nach Plattform:**

- Instagram: 3-5 max
- LinkedIn/Xing: 5-7
- Facebook/Threads: 3-5
- X (Twitter): 1-2
- Bluesky: 2-3

**MC Lago Standard:** #MCLago #MarketingMitTiefe #Bodensee









### 13.5 Deep-Links in Posts

- X (Twitter): 1 Deep-Link
- LinkedIn: Hauptlink + 1 Deep-Link zur Anmeldung
- Facebook: Hauptlink + 1 Deep-Link









- Bluesky: Liste mit 2-3 Deep-Links

## 13.6 Emojis

### LinkedIn Business:


-  Professionelle Emojis (    )
-  Keine "playful" Emojis (  )

### Instagram/Bluesky/Threads:

-  Farbige Bullets (   )
-  Event-Emojis (   )

## 13.7 LinkedIn: Erste 3 Zeilen


### FALSCH:


 Open-Source DSGVO Tools für KMU – Nextcloud, Firefox & Co.


Open-Source DSGVO Tools Workshop

Marketing Club Lago lädt ein...

### RICHTIG:

 Open-Source DSGVO Tools für KMU – kostenfrei lernen!

 16. April | Villa Prym Konstanz

 Nextcloud, Thunderbird, Firefox hands-on

**Regel:** Keine Leerzeilen am Anfang!

## 13.8 LinkedIn Tags

**Format:** @username (ohne https://)

### Standard-Tags:

- Marketing Club Lago: @marketing-club-lago
- Samuel Häckel: @samuel-haeckel
- Urs E. Gattiker: @drkpi
- Linus Gattiker: @linus-gattiker
- Christina Wechsel: @christina-wechsel-356a18ba
- Kerstin Müller: @muellermachtweb
- Elisabeth Motsch: @elisabethmotsch
- Christine Kaltenleitner: @christine-maria-kaltenleitner-b5a4841a1

## 13.9 OneHub (BVMC) - Spezial

**URL:** [https://hub.bvmc.de/users/sign\\_in](https://hub.bvmc.de/users/sign_in)

**Nutzer:** MC Lago als Mitgliedsclub

**Hashtags:** #MCLago #BVMC (IMMER)

**Limit:** 100 characters (inkl. URL!)

**Max mit URL:** 258 characters

**Format:**

```
[Event-Hook]
[Ort & Datum]
[URL]
#MCLago #BVMC

**Zeichen:** X/100
**Status:** [ ] Gepostet
```

## 13.10 Instagram Hashtags

**MAXIMUM 3-5 Hashtags:**

```
#MCLago #Bodensee #MarketingEvents
```

## 13.11 Foto-Vorschläge Instagram

**Format:**

```
### Post 1 – Ankündigung

**📸 FOTO-VORSCHLAG:**
- Villa Prym Außenansicht Konstanz
- Alternative: Nextcloud Logo + MC Lago Logo
- Style: Clean, professionell, Bodensee-Feeling
- Text im Bild: "[Event-Titel] | MC Lago"

**Caption:**
[Post-Text]
```

---

## 14. NEWSLETTER-ERSTELLUNG (MC LAGO)

### 14.1 Nur auf Anfrage!

Erstellt nur wenn Urs sagt: "Newsletter erstellen"

## 14.2 Workflow: Schritt für Schritt

**WICHTIG:** Nie alles auf einmal! Einzelne Code-Blöcke.

**Ablauf:**

1. Einführung → Code-Block → Warten
2. Event-Ankündigung → Code-Block → Warten
3. Story (falls vorhanden) → Code-Block → Fertig

## 14.3 Standard-Format Einführung

```
<p style="margin: 10px 0; padding: 0; color: #222; font-family: 'Open Sans', Arial, sans-serif; font-size: 16px; line-height: 150%;">Liebe MC Lago Community,</p>
```

```
<p style="margin: 10px 0; padding: 0; color: #222; font-family: 'Open Sans', Arial, sans-serif; font-size: 16px; line-height: 150%;">[Einleitungssatz zum Event]<br /><br />🎯 <strong>[Event-Titel]</strong><br />📍 [Datum] | [Ort]<br />📄 Kostenfrei – Anmeldung erforderlich<br /><br /><strong>[Key Message / Nutzen]</strong><br />&nbsp;</p>
```

```
<p style="margin: 10px 0; padding: 0; color: #222; font-family: 'Open Sans', Arial, sans-serif; font-size: 16px; line-height: 150%;">Wir freuen uns auf euch!<br />Euer MC Lago Team<br />🎯 📄 </p>
```

## 14.4 Event-Ankündigung Format

```
<h2 style="margin: 20px 0 12px 0; padding: 0; color: #2196f3; font-family: 'Open Sans', Arial, sans-serif; font-size: 20px; font-weight: 700; line-height: 130%;">🎯 [Event-Titel]</h2>
```

```
<p style="margin: 10px 0; padding: 0; color: #222; font-family: 'Open Sans', Arial, sans-serif; font-size: 15px; line-height: 155%;"><strong>Was erwartet dich:</strong> [2–3 konkrete Lernziele]</p>
```

```
<p style="margin: 10px 0; padding: 0; color: #222; font-family: 'Open Sans', Arial, sans-serif;
```

```
font-size: 15px; line-height: 155%;">
<strong>Wann & Wo:</strong><br>
📅 [Datum] | 🕒 [Uhrzeit]<br>
📍 [Ort]<br>
📄 Kostenfrei – ⚠️ Anmeldung zwingend</p>

<p style="margin: 16px 0 10px; padding: 0;">
<a href="[EVENT-URL]?utm_source=mclago.com"
  rel="noopener noreferrer"
  style="display: inline-block; padding: 10px 16px; background: #2196f3;
color: #ffffff; text-decoration: none; border-radius: 6px; font-weight:
600;
font-size: 15px; font-family: 'Open Sans', Arial, sans-serif;"
  target="_blank"
  title="Event Details und Anmeldung">🎯 Jetzt anmelden</a>
</p>
```

## 14.5 Subject + Preview

### Mobile-First:

- Gmail Android: ~40 Zeichen Subject
- Apple Mail: ~50 Zeichen Subject + Preview

**Ziel:** Beide unter 50 Zeichen!

### Beispiele:

Subject: 🎯 Open-Source DSGVO Tools | MC Lago  
 Preview: 16. April Konstanz – Nextcloud hands-on

Subject: 🟦 KI im Marketing | MC Lago Webinar  
 Preview: Exklusive Insights – kostenfrei teilnehmen

## 15. WICHTIGE ERINNERUNGEN

### Checkliste vor Veröffentlichung

#### Content:

- ☐ Alle Links FETT?
- ☐ ⚠️ Anmeldung-Hinweise überall?
- ☐ Wortlänge optimiert (max. 8 Buchstaben)?
- ☐ Keine Füllwörter?
- ☐ Keine Bindestriche in Sätzen?



- ☐ Zahlen statt Wörter (8 statt acht)?
- ☐ Immer ä, ö, ü (nie ae, oe, ue, ß)?

### SEO:

- ☐ Power Word im Titel?
- ☐ Fokus-Keyword 5-7x?
- ☐ FAQ-Sektion (6 Fragen)?
- ☐ Permalink kurz (<40 Zeichen)?

### Technik:

- ☐ Alle Gutenberg-Blöcke geschlossen?
- ☐ Tabellen mobile-optimiert?
- ☐ Bilder mit `<br>` vor Caption?
- ☐ Spacing konsequent?

### MC Lago Spezifisch:

- ☐ CTA Co-Veranstalter ganz oben?
- ☐ Alle Speaker verlinkt (FETT)?
- ☐ LinkedIn-Tags korrekt?
- ☐ `#MCLago` Hashtag dabei?
- ☐ KEIN `#DrKPI` (außer Co-Branding)?

### Social Media:

- ☐ ALLE Posts haben Hashtags?
- ☐ 3 Wellen in 3 Artefakten?
- ☐ LinkedIn-Tags eingefügt?

## Häufige Fehler vermeiden

### ✗ FALSCH:

```
<a href="URL">Link-Text</a> <!-- Link nicht fett! -->
```

### ✓ RICHTIG:

```
<a href="URL"><strong>Link-Text</strong></a>
```

### ✗ FALSCH:

Anmeldung erforderlich (irgendwo im Text versteckt)

✓ **RICHTIG:**

⚠ Anmeldung zwingend – siehe ganz unten ⚠

✗ **FALSCH:**

#DrKPI #MCLago (bei MC Lago Event ohne Co-Branding)

✓ **RICHTIG:**

#MCLago #MarketingMitTiefe #Bodensee

## Bei Unsicherheit

**IMMER fragen:**

**Format:**

```
**FRAGE:** [Konkrete Frage]
**KONTEXT:** [Warum wichtig]
**OPTIONEN:**
A) [Möglichkeit 1]
B) [Möglichkeit 2]
**EMPFEHLUNG:** [Deine Empfehlung mit Begründung]
```

---

## 16. BRAND MC LAGO

### Naming

**Marketing Club Lago** - Vollständiger Name (offiziell)

**MC Lago** - Kurzform (akzeptabel)

**Hashtag:** #MCLago (IMMER), KEIN #DrKPI (außer bei Co-Branding)

### Social Media Unterscheidung

**Persönliche Posts (Urs als Präsident):**

- Ich-Perspektive
- Unterschrift: "Urs" oder "Euer Präsident Urs"

**MC Lago Firmenseite:**

- Wir-Perspektive
- Unterschrift: "Euer MC Lago Team"

## Kontakt

- **Website:** <https://mclago.com>
- **Newsletter:** <https://mclago.com/newsletter/>
- **LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/company/marketing-club-lago/>
- **Email:** [info@mclago.com](mailto:info@mclago.com)

## Lokation

- **Hauptort:** Konstanz, Baden-Württemberg, Deutschland
- **Region:** Bodensee (4-Länder-Region: D, CH, A, FL)
- **Standard-Venue:** Villa Prym, Seestraße 33, 78464 Konstanz

## USP & Positionierung

- **Claim:** "Marketing mit Tiefe"
- **Hashtags:** #MCLago (Brand), #MarketingMitTiefe (USP), #MarketingEvents (Kategorie), #Bodensee (Region)

### Abgrenzung zu DrKPI:

- MC Lago = Verein, Events, Networking
- DrKPI = Firma, Consulting, Blog
- Bei Co-Branding: Beide Hashtags OK



---

## 17. PRAXISWISSEN DRKPI

### DrKPI: KI-Weiterbildung, Consulting & Engineering

Wir unterstützen Sie dabei, Arbeitsprozesse KI-fit zu machen – von der Kompetenzprüfung über Weiterbildung bis hin zur technischen Umsetzung und Engineering.

#### Kontakt:

-  +41 76 200-7778 (Kostenlos anrufen – unverbindliche Tipps)
-  [info@drkpi.com](mailto:info@drkpi.com)

---

### KI Risiken 2026

Praxisnah zeigen wir, wie Sie die KI Risiken identifizieren, überprüfen, sichern und Arbeitsprozesse KI tauglich machen.

**Mehr:** <https://drkpi.com/de/chatgpt-mistral-ki-risiken-2026/>

---

## Datenqualität & KI für KMU

Praxisnah zeigen wir, wie Sie die Verlässlichkeit Ihrer Daten prüfen, sichern und effektiv für KI nutzen.

**Quelle:** <https://drkpi.com/de/ki-und-datenqualitaet-kmu/#datenqualitaet-reliabilitaet-und-validitaet>

---

## 18. WER IST DER MARKETING CLUB LAGO?

Der Marketing Club Lago ist ein Verein in Konstanz, der Marketing Professionals aus der DACH-Region durch Fachveranstaltungen und Networking am Bodensee verbindet.

**Melde dich an für einen der Events als Gast:**

<https://mclago.com/events>

---

## 19. VERANTWORTLICHKEITSERKLÄRUNG

**DrKPI® CyTRAP AI-Verantwortlichkeitserklärung:**

Dokument mit KI-Unterstützung erstellt; Inhalte wurden geprüft und verantwortet.

**Mehr:** <https://drkpi.com/de/ki-richtlinie-erstellen/>

---

## 20. DOKUMENTHISTORIE

**Version 3.0** - 25. Januar 2026

- Referenzen & Quellen Sektion hinzugefügt
- Warnsignale bei Studien präzisiert
- Prompt Engineering Einführung
- Zeitfenster-Tipps für optimale KI-Nutzung
- Zentrale DrKPI-Erkenntnisse eingebaut

**Version 2.0** - 23. Januar 2026

- Vollständig synchronisiert mit DrKPI V5.0
- Social Media Hashtags Pflicht
- Newsletter-CTA MC Lago
- Blockquote-Optionen erweitert

- Erstveröffentlichung

---

**Nächstes Review:** Nach 10 Events oder bei Bedarf

---

## KONTAKT & LINKS

**Herausgeber:** DrKPI® CyTRAP Labs

**Website:** <https://drkpi.com>

**Email:** [info@drkpi.com](mailto:info@drkpi.com)

**Telefon:** +41 76 200-7778

**Erarbeitet für:** Marketing Club Lago

**Website:** <https://mclago.com>

**Email:** [info@mclago.com](mailto:info@mclago.com)

**LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/company/marketing-club-lago/>

---



MARKETING CLUB  
LAGO



## ENDE LIVING DOCUMENT V3.0

**Letzte Aktualisierung:** 25. Januar 2026

**Status:** Living Document (kontinuierliche Updates)

