

# Dein Brand Identity Canvas for AI: Mache deine Marke maschinenlesbar

mehrklicks.de

Die Plattform für KI-sichtbare Markenkommunikation.

---

## Einleitung

Dieses Canvas ist für Marketing-Entscheider, Brand Manager und Strategen, die ihre Marke für das Zeitalter der KI-gestützten Kommunikation vorbereiten wollen. Es löst ein konkretes Problem: Traditionelle Brand-Guidelines sind zu vage, als dass KI-Systeme (Chatbots, Content-Automatisierung, Brand Agents) damit konsistent arbeiten könnten. Dieses Arbeitsblatt hilft dir, deine Markenidentität in eine maschinenlesbare Struktur zu überführen. Du füllst vier Bereiche aus und erhältst am Ende eine Blaupause, die als Briefing für jede KI-Anwendung dient. Der Kern: Markenkommunikation wird zur Systeminteraktion – und dieses Canvas stellt sicher, dass deine Marke dabei ihre Identität behält.

# Quick Check: Die 3 häufigsten Fehler bei der KI-Markenführung

Bevor du mit dem Canvas startest, prüfe, ob du bereits in eine der typischen Fallen tappst.

## Fehler 1: Vage Tonalität

**Das Problem:** Formulierungen wie „Wir sind freundlich und innovativ“ geben einer KI keine ausführbaren Anweisungen. Sie interpretiert diese Begriffe beliebig.

**Die Lösung:** Definiere Regeln statt Adjektive.

Ich habe überprüft: Unsere Brand Voice ist in konkreten Sprachregeln formuliert, nicht in abstrakten Eigenschaftswörtern.

Beispiel: "Nutze immer die Du-Form. Vermeide Passivsätze. Jeder dritte Satz sollte eine Frage sein."

---

## Fehler 2: Fehlende Wissensgrenzen

**Das Problem:** Ohne klare Grenzen erfindet eine KI Fakten (sogenannte "Halluzinationen"), weil sie nicht weiß, wo ihr Wissen aufhört.

**Die Lösung:** Definiere einen offiziellen Wissenskanon (die Gesamtheit der Fakten und Quellen, die als gültig gelten).

Ich habe überprüft: Es gibt eine dokumentierte Liste zugelassener Fakten und Quellen für unsere Markenkommunikation.

Beispiel: "Unsere Gründung war 1998, nicht 1999. Wir verwenden nur Daten aus Quelle X und Y."

---

## Fehler 3: Keine ethischen Leitplanken

**Das Problem:** Ohne klare Tabus und Reaktionsmuster antwortet die KI auf kontroverse Anfragen unpassend oder markenschädigend.

**Die Lösung:** Definiere Ausschlusskriterien und Standardreaktionen für kritische Themen.

Ich habe überprüft: Es existieren dokumentierte Reaktionsregeln für kontroverse Anfragen, Kritik und Wissenslücken.

Beispiel: "Zu politischen Themen äußern wir uns nie. Bei Kritik: Verständnis zeigen, dann Lösung anbieten."

**Ergebnis dieses Quick Checks:** Wenn du bei keinem der drei Punkte einen Haken setzen konntest, ist dieses Canvas umso wichtiger für dich.

# Block 1: Kernwerte und Prinzipien – Das "Warum" deiner Marke

Hier legst du die unverhandelbare DNA deiner Marke fest. Diese Prinzipien leiten jede Entscheidung, die eine KI im Namen deiner Marke trifft.

**Anleitung:** Liste die 3 bis 5 wichtigsten Werte deiner Marke auf. Formuliere jeden Wert als handlungsleitendes Prinzip – so, als würdest du einem neuen Mitarbeiter am ersten Tag eine klare Verhaltensregel mitgeben.

---

**Wert 1:** \_\_\_\_\_

Prinzip als Anweisung (wähle eine Option oder formuliere deine eigene):

- Wir priorisieren immer den langfristigen Kundennutzen über den kurzfristigen Gewinn.
- Wir kommunizieren radikal transparent, auch bei Fehlern.
- Wir streben nach Einfachheit in jeder Lösung.

Dein Prinzip: \_\_\_\_\_

---

**Wert 2:** \_\_\_\_\_

Prinzip als Anweisung:

- Wir priorisieren immer den langfristigen Kundennutzen über den kurzfristigen Gewinn.
- Wir kommunizieren radikal transparent, auch bei Fehlern.
- Wir streben nach Einfachheit in jeder Lösung.

Dein Prinzip: \_\_\_\_\_

---

**Wert 3:** \_\_\_\_\_

Prinzip als Anweisung:

- Wir priorisieren immer den langfristigen Kundennutzen über den kurzfristigen Gewinn.
- Wir kommunizieren radikal transparent, auch bei Fehlern.

Wir streben nach Einfachheit in jeder Lösung.

Dein Prinzip: \_\_\_\_\_

---

**Wert 4 (optional):** \_\_\_\_\_

Dein Prinzip: \_\_\_\_\_

---

**Wert 5 (optional):** \_\_\_\_\_

Dein Prinzip: \_\_\_\_\_

---

**Ergebnis:** Du hast die ethische und strategische Grundlage für das Verhalten deiner KI-Agenten (automatisierte Systeme, die im Namen deiner Marke kommunizieren) definiert.

## Block 2: Tonalität und Sprachregeln – Die "Stimme" deiner Marke

Übersetze die Persönlichkeit deiner Marke in konkrete, ausführbare Sprachbefehle. Diese Tabelle kann als direkter Bestandteil eines LLM-Prompts (Large Language Model – ein KI-Sprachmodell wie ChatGPT oder Claude) verwendet werden.

**Anleitung:** Fülle jedes Feld so präzise aus, dass keine Interpretation nötig ist.

Eigenschaft	Regel	Dein Eintrag
Ansprache	<input type="checkbox"/> Du-Form <input type="checkbox"/> Sie-Form <input type="checkbox"/> Immer förmlich <input type="checkbox"/> Locker und persönlich	_____
Satzlänge	Durchschnittlich ___ Wörter pro Satz. Nie mehr als ___ Wörter.	_____
Wörter, die wir immer nutzen	(Begriffe, die unsere Identität transportieren)	_____
Wörter, die wir nie nutzen	(Jargon, Floskeln, Buzzwords, die wir vermeiden)	_____
Stilmittel	<input type="checkbox"/> Aktive Sprache <input type="checkbox"/> Fragen stellen <input type="checkbox"/> Metaphern nutzen <input type="checkbox"/> Humor einsetzen	_____
Absatzlänge	Neuer Absatz nach max. ___ Sätzen.	_____
Hervorhebungen	Wichtige Begriffe in <b>fett</b> <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein. Listen verwenden <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein.	_____

Zusätzliche Sprachregel 1: \_\_\_\_\_

Zusätzliche Sprachregel 2: \_\_\_\_\_

---

**Ergebnis:** Du hast eine Vorlage erstellt, die als Teil eines System-Prompts (die Grundanweisung, die ein KI-System vor jeder Konversation erhält) für ein LLM dienen kann, um konsistente Markentexte zu erzeugen.

## Block 3: Wissensbasis und Quellen – Das "Gehirn" deiner Marke

Definiere, was deine Marke weiß, woher sie ihr Wissen bezieht und wo ihre Grenzen liegen. Dieser Block verhindert Halluzinationen (das Erfinden von Fakten durch KI-Systeme) und Falschaussagen.

**Anleitung:** Lege den Umfang und die Grenzen des Markenwissens fest. Sei restriktiv – besser zu eng als zu weit.

---

**Primäre Wissensdomäne** (Themen, bei denen wir Experten sind und autoritative Aussagen treffen):

---

---

---

---

---

**Sekundäre Wissensdomänen** (Themen, zu denen wir eine fundierte Meinung haben, aber keine Garantie für Vollständigkeit geben):

---

---

---

---

---

**Tabu-Themen** (Themen, zu denen wir uns nicht äußern – weder aktiv noch auf Nachfrage):

---

---

---

---

---

**Zugelassene Datenquellen** (Nur diese Quellen darf die KI zitieren oder als Grundlage verwenden):

- Eigene Studien und Whitepaper
- Offizielle Statistiken von: \_\_\_\_\_
- Branchen-Reports von: \_\_\_\_\_

Eigene Website-Inhalte (URL): \_\_\_\_\_

Sonstige: \_\_\_\_\_

---

**Kritische Fakten, die nicht verwechselt werden dürfen** (Gründungsdatum, Standorte, Produktnamen, Preise):

Fakt	Korrekte Angabe	Häufiger Fehler
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

---

**Ergebnis:** Du hast die Grundlage für eine zuverlässige und vertrauenswürdige Wissensdatenbank geschaffen, die das Vertrauen deiner Zielgruppe schützt.

## Block 4: Reaktionsregeln und Szenarien – Das "Verhalten" deiner Marke

Lege fest, wie deine Marke in spezifischen, kritischen Situationen agiert. Nutze die Wenn-Dann-Logik (eine einfache Programmierlogik: "Wenn Situation X eintritt, dann führe Aktion Y aus"), um Verhaltensmuster vorzugeben.

---

### Szenario A: Ein Nutzer äußert Kritik

Wenn Kritik eingeht, dann:

- Bedanke dich für das Feedback.
- Validiere die Emotion ("Ich verstehe, dass das frustrierend ist.").
- Biete einen konkreten Lösungsweg an (Kontakt zum Support, Link zu FAQ).
- Leite an menschlichen Mitarbeiter weiter ab Eskalationsstufe \_\_\_\_.

Dein individueller Prozess: \_\_\_\_\_

---

### Szenario B: Ein Nutzer fragt nach einem Konkurrenten

Wenn nach einem Wettbewerber gefragt wird, dann:

- Erwähne den Konkurrenten nicht namentlich.
- Fokussiere die Antwort auf eigene Stärken und USPs (Unique Selling Propositions – Alleinstellungsmerkmale).
- Biete eine neutrale Vergleichskategorie an (ohne Markennamen).

Deine Regel: \_\_\_\_\_

---

### Szenario C: Die KI kennt die Antwort nicht

Wenn die Wissensbasis keine Antwort hergibt, dann:

- Gib es ehrlich zu ("Darauf habe ich aktuell keine Antwort.").
- Biete an, die Anfrage an einen menschlichen Experten weiterzuleiten.

- Verweise auf eine relevante allgemeine Ressource.

Deine Standardantwort: \_\_\_\_\_

---

### **Szenario D: Ein Nutzer stellt eine kontroverse oder politische Frage**

Wenn ein kontrovers eingestuftes Thema angesprochen wird, dann:

- Lehne höflich ab, eine Meinung zu äußern.
- Verweise auf die Kernkompetenz der Marke.
- Biete an, bei einem produktbezogenen Thema weiterzuhelfen.

Deine Standardantwort: \_\_\_\_\_

---

**Ergebnis:** Du hast einen Verhaltenskodex erstellt, der deine Marke auch in schwierigen Dialogen schützt und konsistentes Verhalten über alle KI-Instanzen sicherstellt.

## Praxis-Szenario: Was die meisten unterschätzen

**Situation:** Dein Unternehmen setzt drei verschiedene KI-Tools ein – einen Chatbot auf der Website, ein Textgenerierungstool für Social Media und einen internen Wissens-Assistenten. Alle drei kommunizieren im Namen deiner Marke.

**Das Problem ohne Canvas:** Jedes Tool interpretiert deine Markenwerte leicht anders. Der Chatbot klingt steif und förmlich, das Social-Media-Tool nutzt Slang, der nicht zu dir passt, und der interne Assistent gibt Kunden am Telefon Informationen, die der Chatbot verneint. Laut einer Bitkom-Erhebung fehlt ca. 52 % der Unternehmen die Kompetenz für den sinnvollen KI-Einsatz – genau diese Inkonsistenz ist eine der Folgen.

**Das Ergebnis mit Canvas:** Dein ausgefülltes Brand Identity Canvas dient als "Single Source of Truth" (die eine verbindliche Referenzquelle) für die Persönlichkeit deiner Marke. Jedes Tool erhält dieselben Sprachregeln, Wissensgrenzen und Reaktionsmuster. Die Marke klingt überall gleich – unabhängig vom Kanal oder der eingesetzten Technologie.

**Wichtiger Hinweis:** Dieses Canvas ist ein Ausgangspunkt, kein fertiges Produkt. Die Wirksamkeit hängt davon ab, wie regelmäßig du es aktualisierst (empfohlen: mindestens quartalsweise), wie konsequent du es in technische Systeme integrierst und wie du die Qualität der KI-Ausgaben kontinuierlich überprüfst. Ohne laufende Pflege veraltet jedes Briefing-Dokument.

---

## Warum das für deine KI-Sichtbarkeit entscheidend ist

Markenkommunikation wird zur Systeminteraktion. KI-Systeme wie ChatGPT, Perplexity oder Google AI Overviews entscheiden zunehmend, welche Marken in Antworten zitiert werden – und wie sie dabei klingen. Eine klar definierte, maschinenlesbare Markenidentität ist die Voraussetzung dafür, dass deine Marke in diesen neuen Kanälen konsistent und wiedererkennbar auftritt. Laut einer Optimizely-Studie müssen 81 % der Verbraucher einer Marke vertrauen, bevor sie kaufen. Dieses Vertrauen entsteht durch Konsistenz – und Konsistenz im KI-Zeitalter beginnt mit einem Canvas wie diesem.

---

## Zusammenfassung und nächste Schritte

Du hast jetzt:

- Deine Kernwerte als ausführbare Prinzipien formuliert (Block 1).
- Deine Brand Voice in konkrete Sprachregeln übersetzt (Block 2).
- Deine Wissensbasis und deren Grenzen definiert (Block 3).
- Reaktionsregeln für kritische Szenarien festgelegt (Block 4).

**Dein Ergebnis:** Du hast deine Markenidentität von einem abstrakten Konzept in ein algorithmisches Framework übersetzt, das als Briefing für jede KI-Anwendung dient.

---

**Nächster Schritt online:** Erfahre im vollständigen Leitfaden zur Zukunft der Markenkommunikation, wie du dein Canvas in eine umfassende GEO-Strategie (Generative Engine Optimization – die Optimierung deiner Inhalte für KI-Suchsysteme) einbettest und in KI-Antworten zitiert wirst.

→ [mehrclicks.de/markenkommunikation-zukunft](https://mehrclicks.de/markenkommunikation-zukunft)

**Nächster Schritt im Team:** Nutze dieses ausgefüllte Canvas als Briefing-Dokument für dein Marketing-Team, deine Agentur oder die Entwickler, die deine nächsten KI-Anwendungen bauen. Plane einen Workshop, in dem alle Stakeholder die vier Blöcke gemeinsam validieren.

---

**Anweisung:** Speichere oder drucke dieses Dokument. Es ist die Verfassung deiner Marke im KI-Zeitalter.

---

---

**mehrklicks.de**

Die Plattform für KI-sichtbare Markenkommunikation. Strategien, Frameworks und Tools für Marken,  
die in der Welt der KI-Suche relevant bleiben wollen.

→ [mehrklicks.de](https://mehrklicks.de)

**JvGLabs**

AI visibility architecture