

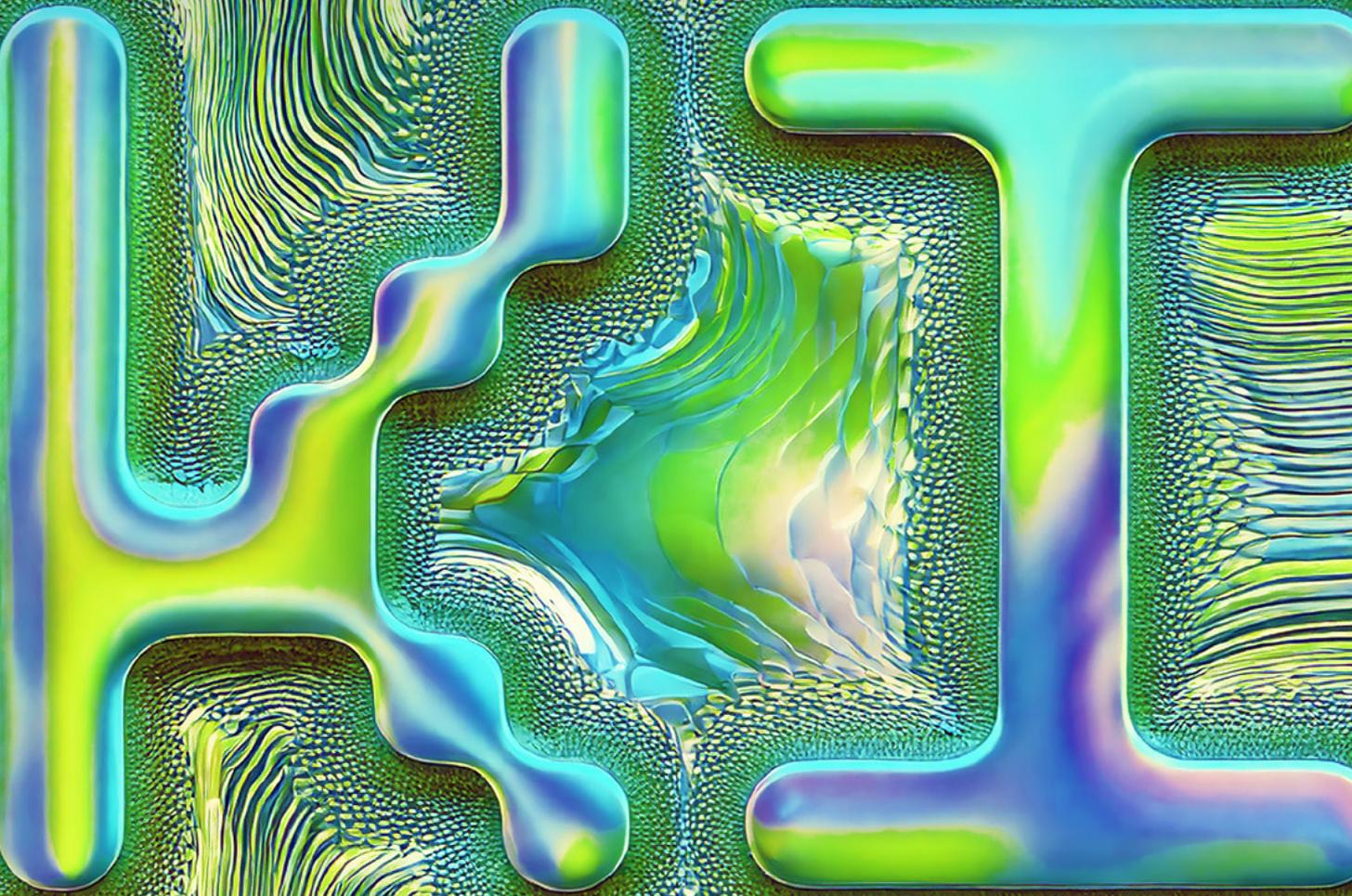
AM START

MAGAZIN-
RÜCKSEITE:
UNSER NEUER
ZWEIBLOG
IST DA!

DAS NEW MEDIA MAGAZIN DER CS2 AG



#31 2025
SOMMER
CHF 7.90



KI & TYPO3 E-COMMERCE RECHTE



Künstliche Intelligenz Zwischen Hype und Realität

#31 INHALT

- 03 Vorwort
- 04 KI & TYPO3
- 06 Online-Suche
- 07 KI für E-Commerce
- 08 Interview mit Chris Beyeler
- 10 KI-Tools im Überblick
- 12 Digital Fit mit 25 Tipps
- 14 Rechtliche Grauzonen
- 15 Schweizer Paraplegiker Zentrum
- 16 santésuisse
- 18 Roviva
- 19 Schifffahrt Vierwaldstättersee (SGV)

Künstliche Intelligenz ist längst kein Zukunftsthema mehr – sie verändert bereits heute, wie wir arbeiten, kommunizieren und kreative Prozesse gestalten. Doch wo liegt die Grenze zwischen echtem Fortschritt und blosser Hype? Welche KI-Tools bieten echten Mehrwert, und wo bleibt der Mensch in dieser neuen digitalen Welt?

In dieser Ausgabe von AM|START tauchen wir tief in das Thema KI ein. Wir zeigen, wie Unternehmen KI gewinnbringend einsetzen, beleuchten die Herausforderungen – von Halluzinationen bis hin zu rechtlichen Fragen – und stellen die spannendsten Tools vor.

Eines ist sicher: Die Technologie entwickelt sich rasant. Wer sie versteht und sinnvoll einsetzt, gewinnt. Lassen Sie uns gemeinsam entdecken, wie Künstliche Intelligenz unsere Zukunft gestaltet. Viel Freude beim Lesen!

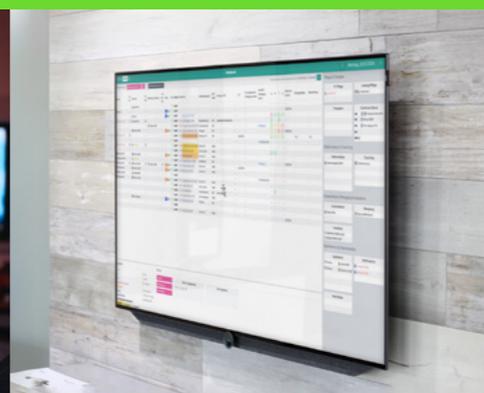
PS: Passend zum Thema haben wir ganz viel Inhalt mit Hilfe von KI erstellt. Sie finden jeweils einen Hinweis und einen QR-Code, der direkt zum digitalen Beispiel oder Tool führt.

Dani Kalt und das ganze CS2-Team

KI & TYPO3 Seite 4

Interview mit Chris Beyeler Seite 8

Referenzen Seite 15



IMPRESSUM

Herausgeberin: CS2 AG
Gerbegässlein 1, 4450 Sissach

Telefon: +41 61 333 22 22
Website: www.CS2.ch
E-Mail: info@cs2.ch

Redaktion: Stephan Graf
Grafik und Layout:
Joël Veuve

Gedruckt in der Schweiz bei
Brogie Druck, Gipf-Oberfrick
Auflage: 6000 Ex.

Eine perfekt Symbiose

KI & TYPO3

Die Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) in Content-Management-Systeme (CMS) wie TYPO3 bietet Unternehmen innovative Möglichkeiten, Arbeitsprozesse zu optimieren und Inhalte effizienter zu erstellen, zu verwalten und zu verbreiten. Moderne KI-Technologien wie ChatGPT und DeepL automatisieren zeitintensive Aufgaben wie Texterstellung, Übersetzung und Suchmaschinenoptimierung, wodurch Ressourcen geschont und die Produktivität gesteigert werden.



ChatGPT als Content-Assistent

ChatGPT, entwickelt von OpenAI, wurde Ende 2022 veröffentlicht und zählt mittlerweile zu den meistgenutzten KI-Tools weltweit. Es generiert hochwertige Texte, unterstützt den Kundenservice und kann sogar Code schreiben. Unternehmen nutzen es als Inspirationsquelle, Rechercheassistent und Texterstellungswerkzeug. Die TYPO3-Erweiterung t3_cowriter integriert ChatGPT direkt ins CMS-Backend, sodass Redakteure Inhalte in Echtzeit generieren oder optimieren können – ohne Workflow-Unterbrechung. Diese Funktion spart nicht nur Zeit, sondern erhöht auch die Konsistenz und Qualität der Inhalte.

KI-gestützte Suchmaschinenoptimierung

Ein weiterer wichtiger Aspekt der KI-Integration in TYPO3 ist die Optimierung für Suchmaschinen. Mit der TYPO3-Erweiterung AI SEO-Helper lassen sich Meta-Titel, Beschreibungen und Open Graph-Daten automatisiert erstellen. Diese Funktion verbessert nicht nur die Suchmaschinen-Sichtbarkeit, sondern sorgt auch für eine einheitliche Struktur der Inhalte. Besonders hilfreich ist diese Automatisierung bei der Verwaltung von News-Artikeln, da alternative Titelvorschläge und Beschreibungen generiert werden, um die Reichweite zu maximieren.

TYPO3 AI Suite: Die Zukunft des Content-Managements

Im März 2024 wurde die TYPO3 AI Suite vorgestellt, die eine Vielzahl von KI-gestützten Funktionen in das TYPO3-Backend integriert. Dazu gehören die automatische Erstellung von Seitenbaumstrukturen, die Generierung von Text- und Bildinhalten sowie die Optimierung von Meta-Angaben. Diese Erweiterung steigert nicht nur die Effizienz, sondern unterstützt Redakteure auch bei der Entwicklung neuer Ideen und Konzepte.

Die AI Suite bietet zudem intelligente Content-Analysen: Durch die automatische Bewertung von Lesbarkeit, Tonalität und Struktur erhalten Unternehmen wertvolle Hinweise zur Verbesserung ihrer Inhalte.

So können redaktionelle Prozesse weiter optimiert und Inhalte gezielt auf verschiedene Zielgruppen zugeschnitten werden.

Effiziente Mehrsprachigkeit mit DeepL

Für international agierende Unternehmen ist die konsistente und schnelle Übersetzung von Inhalten essenziell. Die nahtlose DeepL-Integration im TYPO3-Backend ermöglicht es, Inhalte in über 30 Sprachen zu übersetzen – direkt in der gewohnten TYPO3-Oberfläche. Dies reduziert den Zeitaufwand erheblich und sorgt für eine einheitliche Tonalität in allen Sprachen. Besonders in mehrsprachigen Projekten bietet dies enorme Vorteile und erleichtert es Unternehmen, neue Märkte schneller zu erschliessen.

Praxisbeispiel: KI-gestützte Redaktionsprozesse

Viele Unternehmen nutzen bereits KI, um ihre Content-Strategie zu verbessern. Ein grosser Medienkonzern implementierte die TYPO3 AI Suite und konnte dadurch die Zeit für die Erstellung redaktioneller Inhalte um 40% reduzieren. Automatisierte Keyword-Analysen und SEO-Vorschläge steigerten zudem die organische Reichweite der Artikel. Die Kombination aus ChatGPT und DeepL ermöglichte es, mehrsprachige Inhalte effizient und qualitativ hochwertig zu produzieren.

Fazit

Die Kombination aus leistungsstarken CMS-Funktionen und KI-Tools wie ChatGPT und DeepL revolutioniert das digitale Marketing. Automatisierte Prozesse entlasten Teams, sodass sie sich auf strategische und kreative Aufgaben konzentrieren können. Unternehmen, die auf KI in TYPO3 setzen, steigern nicht nur ihre Effizienz, sondern sichern langfristig ihre Wettbewerbsfähigkeit. Die Integration von KI zeigt, wie modernes Content-Management aussehen kann: effizient, intuitiv und zukunftsweisend.

✦ KI-LABEL

Entdecken Sie hier eine Auswahl an KI-Tools, welche direkt im TYPO3-Backend von CS2 zur Verfügung stehen.



Die Zukunft der

Online-Suche

Die Art und Weise, wie wir Informationen im Internet finden, steht vor einer Revolution. Jahrzehntlang dominierte Google mit seinem Algorithmus, der Webseiten nach Relevanz ordnet. Doch nun tritt Künstliche Intelligenz (KI) auf den Plan – mit dem Potenzial, die klassische Suche grundlegend zu verändern. Seit Ende März 2025 ist in der Schweiz Googles neue Funktion «AI Overviews» aktiviert. Wird Google in der Ära der generativen KI weiterhin die erste Anlaufstelle sein?

KI-basierte Suchsysteme liefern keine einfachen Webseiten-Vorschläge mehr, sondern generieren kontextbezogene, zusammengefasste Informationen. Auch Google hat auf diesen Trend reagiert: Mit der Einführung von „AI Overviews“ werden bei vielen Suchanfragen automatisch KI-generierte Antworten ganz oben angezeigt. Diese kombinieren Informationen aus verschiedenen Quellen zu einem kompakten Überblick – noch vor den klassischen Suchergebnissen.

Das stellt Webseiten-Betreiber vor neue Herausforderungen: Inhalte müssen klar strukturiert, aktuell und für KI lesbar aufbereitet sein. Dazu gehören präzise und verständliche Texte, semantische Markups sowie eine saubere technische Strukturierung, um sowohl von Google als auch von KI-Systemen wie ChatGPT oder Perplexity erfasst und verwendet zu werden.

Trotz der technischen Fortschritte bleibt die Frage: Fördern diese Systeme wirklich eine objektive und vielfältige Informationslandschaft? Die Auswahl und Gewichtung der Quellen erfolgt zunehmend algorithmisch, was Transparenz und Kontrolle erschwert. Eines ist sicher: Die Zukunft der Online-Suche wird personalisierter, effizienter – und möglicherweise weniger frei. Wer die Kontrolle über die Antworten hat, bestimmt, wie wir Wissen wahrnehmen.



Wie sie die Zukunft verändert:

KI für E-Commerce

Die Digitalisierung hat den E-Commerce revolutioniert, doch erst durch künstliche Intelligenz entstehen völlig neue Möglichkeiten. Von personalisierten Empfehlungen bis hin zu vollautomatisierten Logistikprozessen – KI ist der Treiber einer neuen Ära des Online-Handels.

Individuelle Einkaufserlebnisse

Moderne KI-Systeme analysieren in Echtzeit das Kaufverhalten von Kunden und erstellen hyperpersonalisierte Produktempfehlungen. Mithilfe von Algorithmen, die auf maschinellem Lernen basieren, verbessern Online-Shops ihre Conversion-Rate und steigern die Kundenzufriedenheit. Auch Chatbots und virtuelle Assistenten helfen dabei, Fragen zu beantworten und Kaufentscheidungen zu erleichtern.

KI und Adobe Commerce (Magento)

Bei unserer Arbeit mit Adobe Commerce nutzen wir die Integration von KI in folgenden Bereichen: Produktdaten anreichern, interaktive Produktbilder, intelligente Internationalisierung, höchste Personalisierung und natürlich in der Suche.

Effizienzsteigerung durch Automatisierung

KI optimiert nicht nur das Einkaufserlebnis, sondern auch interne Prozesse. Automatisierte Lagerhaltung, präzisere Bedarfsprognosen und dynamische Preisgestaltung sorgen für eine effizientere Wertschöpfungskette. So können Unternehmen nicht nur Kosten senken, sondern auch schneller auf Marktveränderungen reagieren.

Blick in die Zukunft

Die Entwicklung von KI im E-Commerce ist noch lange nicht abgeschlossen. Augmented Reality (AR) und visuelle Suche könnten das Online-Shopping revolutionieren, während KI-gestützte Voice Commerce-Technologien den Einkaufsprozess weiter vereinfachen. Eines ist sicher: Der Online-Handel wird immer intelligenter und kundenorientierter.



★ KI-LABEL

Wie schätzt KI-Experte
Dani Niklaus die Entwicklung ein?





Interview mit KI-Experte

Chris Beyeler

Unternehmen wollen KI im Alltag anwenden – aber wie? Wir haben Chris Beyeler, dem Schweizer KI-Experten, Agentur-Inhaber und Mitbegründer des Verbands KImpact, auf den digitalen Zahn gefühlt.

Unternehmen wollen KI im Alltag anwenden: Wie lässt sich das konkret und sinnvoll umsetzen?

Die vielen Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) überfordern oft: Man weiss nicht, was möglich ist, und hat hohe Erwartungen, dass KI vieles automatisch erledigt. Das kann auch Angst auslösen. Unternehmen sollten daher ihren Mitarbeitenden den Zugang ermöglichen und sie schulen. KI entwickelt sich rasant – schneller als viele denken. Ein dreistufiges Vorgehen hilft beim Einstieg. Zunächst sollte analysiert werden, wo KI Prozesse unterstützen kann – nicht als Ersatz, sondern als Teil des Workflows. Danach folgt die Schulung, bei der Mitarbeitende lernen, wie sie Tools sinnvoll nutzen und dabei Kontrolle behalten. Abschliessend geht es um die Umsetzung. Erfolgreiche Prompts führen zu CustomGPTs, die dann in Automatisierungen überführt werden.

Welche Herausforderungen stellen sich beim Datenschutz?

Viele KI-Tools sind SaaS-Lösungen mit Servern in den USA oder China, was Datenschutzbedenken aufwirft. Unternehmen setzen daher oft auf API-Lösungen, um eigene Web-Interfaces zu erstellen. Doch diese haben häufig nicht den aktuellen Funktionsumfang. Das führt dazu, dass Mitarbeitende private Accounts nutzen – ein datenschutzrechtliches Risiko. Alternativ bieten Anbieter wie Station Studio fast denselben Funktionsumfang und ermöglichen sogar den Einsatz lokaler KI-Systeme.

ChatGPT in Ehren, aber welche Tools sollte ich ebenfalls nutzen?

Die Bezahlversion von ChatGPT ist essenziell, besonders für Projektordner und DeepSearch. Weitere nützliche Tools sind Perplexity für Recherchen, NotebookLM zur Datei- und Videoanalyse, der Schweizerdeutsch-Übersetzer für Transkriptionen sowie Midjourney und Flux für die Bildgenerierung. Gemini ist besonders für Google-Nutzer hilfreich, während Copilot gut in die Microsoft-Welt integriert ist. Ein unverzichtbares Tool ist jedoch kein KI-Tool: Ein Text-Editor hilft, Prompts effizient zu verwalten und in einer eigenen Library zu organisieren.

Sie sind Mitbegründer des Verbands KImpact. Was sind eure Aufgaben?

Als gemeinnütziger Verband fördert KImpact eine positive und menschliche digitale Zukunft in der Schweiz. Ziel ist es, Wirtschaft, Forschung und Gesellschaft zusammenzubringen, kritisches Denken zu stärken und den konstruktiven Umgang mit KI voranzutreiben. Eine internationale Konferenz soll die Schweiz als neutralen Treffpunkt für den KI-Austausch etablieren.

Welches war Ihr bisher eindrücklichstes Erlebnis bei der Arbeit mit KI?

Es gab so viel verschiedene Erlebnisse, wie das Entwickeln eines Layouts für eine Website, bis hin zu einer kleinen Applikation und einem ganzem Konzept. Besonders beeindruckend ist, dass eine Text-KI sich in Zielgruppen hineinversetzen und wertvolles Feedback zu Konzepten und Ideen geben kann.

Vielen Dank Chris für die Beantwortung der Fragen und wir wünschen Dir weiterhin viel Erfolg.

✦ KI-LABEL

Interviews, Gespräche, Video-Calls – inzwischen gibt es unzählige KI-Tools, die helfen, Notizen von Gesprochenem zu erstellen. Optiverse kann sogar Schweizerdeutsch verarbeiten.



Die besten KI-Tools im Überblick

Sie sind bereit, über den Gartenzaun von ChatGPT hinauszublicken? Hier ist eine Liste von zwanzig wichtigen KI-Tools, sortiert nach verschiedenen Anwendungsbereichen:

TEXT



Grok

Ein KI-basierter Chatbot von xAI, der menschenähnliche Texte generieren und bei vielfältigen Aufgaben unterstützen kann.

BILD & VIDEO



Midjourney

Ein KI-Tool zur Erstellung von Bildern basierend auf Texteingaben.

SPRACHE



DeepL

Ein KI-gestützter Übersetzungsdienst, der für seine hohe Übersetzungsqualität bekannt ist.

DATENANALYSE



Browse AI

Ein KI-Tool, das Web-Scraping ohne Programmierkenntnisse automatisiert.

AUDIO



Auphonic

Ein KI-Tool zur automatischen Audio-Postproduktion, das Lautstärke, Rauschen und Störgeräusche optimiert.

PROJEKT-MANAGEMENT



Asana

Ein KI-unterstütztes Projektmanagement-Tool zur Aufgabenverfolgung und Teamkoordination.

KUNDEN-SERVICE



Tidio KI

Ein KI-gestütztes Chatbot-Tool zur Verbesserung des Kundenservice auf Websites.

MARKETING



AdCreative

Ein KI-Tool zur Erstellung von Werbeanzeigen und Marketingmaterialien.

PROGRAMMIERUNG



GitHub Copilot

Ein KI-gestütztes Code-Autokompletzierungstool, das direkt in die Entwicklungsumgebung integriert wird.

PRÄSENTATION



Beautiful.ai

Ein KI-Tool zur Erstellung von Präsentationen mit automatisierten Designvorschlägen.



Claude

Ein KI-Chatbot von Anthropic, der für das Verstehen und Generieren von Texten entwickelt wurde.



DALL-E 3

Ein KI-System von OpenAI, das in der Lage ist, aus Textbeschreibungen realistische Bilder zu generieren.



Grammarly

Ein KI-Tool zur Rechtschreib- und Grammatikprüfung sowie zum Stil- und Tonalitätsvorschlag.



Deepnote

Eine kollaborative Data-Science-Plattform für Datenanalyse und -visualisierung.



ElevenLabs

Ein KI-gestütztes Tool zur Sprachsynthese und -generierung.



ClickUp

Ein umfassendes Projektmanagement-Tool mit KI-Funktionen zur Effizienzsteigerung.



Hiver

Ein KI-Tool zur Verwaltung von Kunden-E-Mails direkt in Gmail.



Vista Social

Ein KI-gestütztes Tool für das Social-Media-Management und die Inhaltsplanung.



Continue für Visual Studio Code

Eine Open-Source-Alternative zu GitHub Copilot für Codevervollständigung und -vorschläge.



Gamma

Ein KI-gestütztes Tool zur Erstellung interaktiver Präsentationen.



Digital Fit

5 von 25 Tipps fürs 2025

Unser Leitfaden bietet 25 kompakte Tipps zu Corporate Websites, E-Commerce, Web-Apps, SEO und Digital Marketing.

Heute setzen wir die Serie mit weiteren fünf praxisnahen Empfehlungen, die Ihre digitale Transformation voranbringen, fort. Den Anfang und die nächsten fünf Tipps finden Sie online.

Bleiben Sie dran!



#6

Corporate Websites

Barrierefreiheit verbessern – Mehr Reichweite, bessere Usability

Eine barrierefreie Website ist nicht nur eine Frage der Inklusion, sondern auch ein wichtiger Erfolgsfaktor für Ihr Unternehmen. Immer mehr Nutzer legen Wert darauf, dass digitale Angebote für alle zugänglich sind – und auch Google belohnt barrierefreie Seiten mit besseren Rankings.

Doch wie gestaltet man eine Website barrierefrei? Beginnen Sie mit den Grundlagen:

✔ Gute Lesbarkeit

Verwenden Sie hohe Kontraste, grosse Schriftgrössen und eine klare Typografie, um Inhalte für alle Nutzer verständlich zu machen.

✔ Alternative Bildbeschreibungen (Alt-Texte)

Blinde oder sehbehinderte Nutzer verlassen sich auf Screenreader. Durch aussagekräftige Alt-Texte stellen Sie sicher, dass Ihre Bilder nicht nur visuell, sondern auch inhaltlich erfasst werden.

✔ Tastaturfreundliche Navigation

Eine Website sollte sich vollständig ohne Maus bedienen lassen. Testen Sie Ihr Angebot mit der Tabulator-Taste und stellen Sie sicher, dass alle Menüpunkte erreichbar sind.

#7

E-Commerce

Personalisierung im Online-Shop – Kundenbindung durch massgeschneiderte Erlebnisse

Jeder Kunde ist einzigartig – und genau so sollte sich Ihr Online-Shop verhalten. Moderne E-Commerce-Plattformen setzen immer stärker auf KI-gestützte Personalisierung, um individuelle Einkaufserlebnisse zu schaffen.

Möglichkeiten zur Umsetzung:

✔ Dynamische Produktempfehlungen

Nutzen Sie künstliche Intelligenz, um Kunden auf Basis ihres bisherigen Verhaltens relevante Produkte anzuzeigen. Das steigert die Kaufwahrscheinlichkeit erheblich.

✔ Individuelle Rabatte & Angebote

Bieten Sie speziellen Kunden exklusive Deals an – basierend auf vergangenen Käufen oder Interessen.

✔ Personalisierte E-Mails

Statt Massenmails zu versenden, sollten Sie Newsletter an das Kaufverhalten und die Interessen Ihrer Kunden anpassen.

#8

Web-Applikationen

Progressive Web Apps (PWA) – Die Zukunft mobiler Anwendungen

Mobile Apps sind praktisch, doch die meisten Nutzer installieren nur wenige davon. Progressive Web Apps (PWA) bieten hier eine clevere Alternative: Sie kombinieren die Vorteile einer nativen App mit der Reichweite einer Webseite.

Warum lohnt sich eine PWA?

✔ Keine Installation notwendig

Nutzer können die Anwendung direkt im Browser verwenden, ohne Speicherplatz auf ihrem Gerät zu verbrauchen.

✔ Schnell & Offline-fähig

Dank moderner Caching-Technologien funktionieren PWAs selbst bei schlechter Internetverbindung oder im Offline-Modus.

✔ Bessere Performance & niedrigere Kosten

Unternehmen sparen Entwicklungs- und Wartungskosten, da eine PWA für alle Plattformen (iOS, Android, Desktop) gleichzeitig funktioniert.

Ob für einen Online-Shop, eine Buchungsplattform oder ein internes Tool – PWAs sind eine zukunftssichere Lösung, die Nutzerfreundlichkeit und Effizienz vereint.

#9

SEO

Zero-Click-Searches – Optimieren Sie für Antworten direkt in Google

Die Art und Weise, wie Menschen suchen, verändert sich. Immer mehr Nutzer erhalten Antworten auf ihre Fragen direkt in den Google-Suchergebnissen – ohne auf eine Website zu klicken. Diese sogenannten Zero-Click-Searches sind einerseits eine Herausforderung, andererseits aber auch eine Chance.

So können Sie von diesem Trend profitieren:

✔ Strukturierte Daten verwenden

Durch spezielle Markierungen im HTML-Code helfen Sie Google, Ihre Inhalte als Featured Snippets anzuzeigen.

✔ Fragen direkt beantworten

Gestalten Sie Ihre Inhalte so, dass sie präzise Antworten auf häufig gesuchte Fragen liefern.

✔ FAQ- & How-To-Bereiche optimieren

Nutzen Sie gezielte Unterseiten mit klaren, leicht verständlichen Antworten, um Ihre Sichtbarkeit in den Suchergebnissen zu erhöhen.

#10

Digital Marketing

Interaktive Inhalte – Mehr Engagement durch Mitmach-Formate

In einer Welt voller digitaler Werbung reicht es nicht mehr aus, nur Inhalte zu posten – Nutzer wollen interagieren. Interaktive Formate wie Quizze, Umfragen oder Infografiken erzeugen mehr Engagement und bleiben länger im Gedächtnis.

Beispiele für interaktive Inhalte:

✔ Quiz-Formate

Testen Sie das Wissen Ihrer Zielgruppe und verbinden Sie das Ergebnis mit einem Call-to-Action.

✔ Interaktive Infografiken

Anstatt eine statische Grafik zu posten, lassen Sie Nutzer durch verschiedene Inhalte navigieren.

✔ Live-Umfragen & Abstimmungen

Binden Sie Ihr Publikum aktiv ein, indem Sie Feedback in Echtzeit einholen.

★ KI-LABEL

Mit dem Tool NotebookLM von Google lassen sich nicht nur Dokumente mit Hilfe von KI aufbereiten und mit Recherche vertiefen. Das Tool bietet sogar die Möglichkeit, den Inhalt automatisch in einen Podcast zu verarbeiten. Eine Konversation zwischen einer Frau und einem Mann. Hören Sie rein! (vorerst nur auf Englisch)



KI-generierte Bilder und Videos

Rechtliche Grauzonen

Künstliche Intelligenz revolutioniert die Kreativbranche – doch was bedeutet das für Urheberrecht, Nutzung und Risiken?



Die Entwicklung von KI-Tools wie Midjourney, DALL-E oder Stable Diffusion ermöglicht es, in Sekundenbruchteilen beeindruckende Bilder und Videos zu erstellen. Doch mit der Kreativität kommen auch rechtliche Fragen: Wer besitzt die Rechte an diesen Werken? Können sie geschützt werden? Und welche Fallstricke lauern bei der Nutzung?

Urheberrecht: Wer ist der Schöpfer?

Das klassische Urheberrecht schützt nur Werke, die durch menschliche Schöpfung entstehen. Da KI-Modelle auf vorhandenen Daten trainiert werden und die eigentliche Generierung durch Algorithmen erfolgt, fehlt dieser menschliche Beitrag. In vielen Ländern bedeutet das: KI-generierte Bilder und Videos sind nicht urheberrechtlich geschützt. Wer eine KI nutzt, kann also kaum exklusive Rechte an den Ergebnissen beanspruchen.

Einige Rechtssysteme – etwa das US-amerikanische – lehnen den Schutz von KI-Kreationen kategorisch ab. In Europa ist die Rechtslage uneinheitlich und erste Gerichtsentscheidungen stehen noch aus. Unternehmen, die solche Inhalte nutzen, sollten sich bewusst sein, dass sie im Streitfall oft keinen urheberrechtlichen Schutz geniessen.

Nutzungsrechte und Risiken

Während manche KI-Plattformen kommerzielle Nutzung erlauben, gibt es Einschränkungen:

- Einige Anbieter behalten sich Nutzungsrechte an generierten Inhalten vor.
- Es besteht das Risiko, dass KI-generierte Werke auf geschützten Originalen basieren und dadurch unbewusst Urheberrechte verletzen.
- Deepfake-Technologien werfen ethische und rechtliche Fragen auf, insbesondere bei manipulierten Videos.

Fazit

KI-generierte Inhalte sind faszinierend, doch rechtlich unsicheres Terrain. Unternehmen sollten sich mit Lizenzbedingungen auseinandersetzen, Transparenz wahren und potenzielle Risiken minimieren. Die Gesetzgebung entwickelt sich – doch bis klare Regelungen existieren, bleibt Vorsicht geboten.

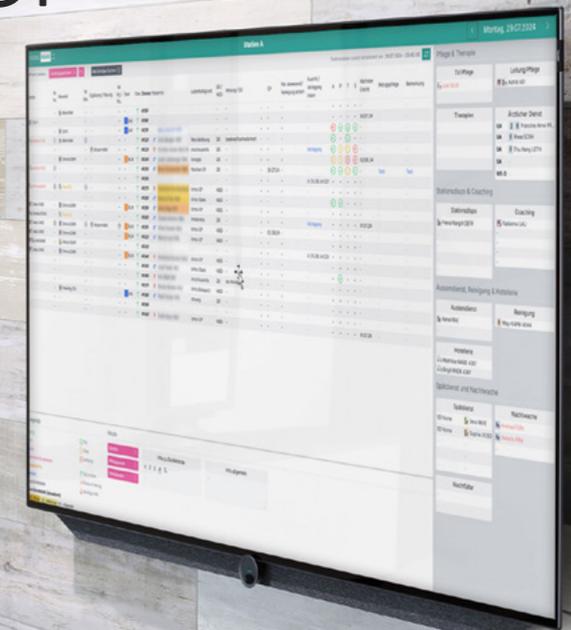
◆ KI-LABEL

Dieser Artikel wurde mit Hilfe von Copilot erstellt. Dieser KI-Chatbot von Microsoft ist eine praktische Alternative zu ChatGPT.



Huddleboard

Schweizer Paraplegiker-Zentrum



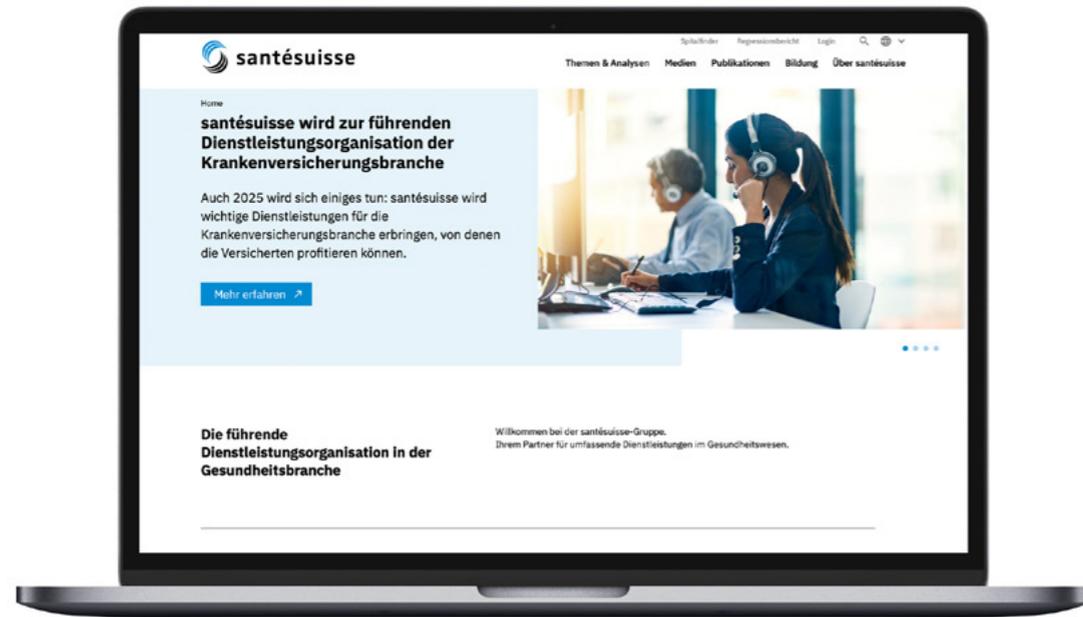
Bei dem Huddleboard handelt es sich um eine Stand-Alone-Webapplikation, welche auf dem Webserver des Schweizer Paraplegiker-Zentrums Nottwil eingerichtet ist. Auf dem Board ist jeweils der aktuelle Tagesplan aller Stationen ersichtlich, welcher alle 15 Minuten aktualisiert wird. Die Patientendaten werden dabei via POLYPOINT-Schnittstelle SPZ-intern eingespielt. Jede Station verfügt über einen grossen Screen, auf welchem das Board abgebildet wird. Natürlich kann auf die Applikation auch über das Web, beispielsweise auf einem Notebook, im internen SPZ-Netz zugegriffen werden. Das Rechte-Management wird dabei via Active-Directory geregelt und gesteuert, wodurch jede/r Mitarbeiter/in nur das sieht, wozu er/sie von der Freigabestufe her, berechtigt ist.

Die ausführliche Fallstudie ansehen



Website

santésuisse



Ausgangslage

Die santésuisse-Gruppe ist die führende Dienstleistungsorganisation der Kranken- und Sozialversicherer. Sie versorgt die Branche mit umfassenden Dienstleistungen in den Bereichen Bildung, Tarife, Rechnungskontrolle, Wirtschaftlichkeitsprüfung, Statistik und Digitalisierung. Für die Verwaltung und Bereitstellung relevanter Informationen für verschiedene Anspruchsgruppen benötigt santésuisse eine hochfunktionale Website. Ziel war es, die internen und externen Kommunikationsprozesse zu optimieren, den administrativen Aufwand zu reduzieren und den Zugang mit wichtigen Daten für Versicherer, Behörden und die Öffentlichkeit zu vereinfachen.

Umsetzung

CS2 entwickelte eine massgeschneiderte digitale Lösung, die eine intuitive Navigation, strukturierte Inhalte und geschützte Mitgliederbereiche kombiniert. Die Plattform bietet einen zentralen Zugang zu regula-

torischen Informationen, Branchenreports und aktuellen Entwicklungen im Gesundheitswesen. Durch die Implementierung einer leistungsstarken Suchfunktion können Nutzer schnell relevante Inhalte finden, während ein personalisiertes Dashboard Mitgliedern den Zugang zu spezifischen Ressourcen erleichtert.

Besonderes Augenmerk lag auf der Automatisierung interner Abläufe. Ein integriertes Content-Management-System ermöglicht es, Inhalte effizient zu verwalten und gezielt an verschiedene Nutzergruppen auszuspielen. Zudem wurde eine sichere Schnittstelle für den Austausch von Dokumenten und Daten zwischen Versicherern und Behörden implementiert. Mit dieser Lösung konnte santésuisse die Effizienz der internen Prozesse signifikant steigern, die Kommunikation mit Stakeholdern verbessern und eine zukunftsichere digitale Infrastruktur schaffen. Die Plattform wird fortlaufend weiterentwickelt, um auf regulatorische und technologische Veränderungen flexibel reagieren zu können.



infosantésuisse

Für infosantésuisse, das digitale Magazin für das Gesundheitswesen, haben wir eine neue Website konzipiert und umgesetzt. Ziel war es, komplexe Inhalte rund um die Schweizer Kranken- und Sozialversicherer verständlich, zugänglich und attraktiv darzustellen – sowohl für Fachpersonen als auch für eine breitere Öffentlichkeit. Die strukturierte Navigation, kombiniert mit klaren Text-Bild-Elementen und einer modernen Benutzerführung, unterstützt die schnelle Orientierung und gezielte Informationssuche. Dank eines modular aufgebauten CMS lassen sich Inhalte effizient pflegen und bei Bedarf flexibel erweitern. Mit dem neuen digitalen Magazin positioniert sich infosantésuisse als verlässliche Informationsquelle im digitalen Raum und leistet einen Beitrag zur sachlichen Auseinandersetzung mit den zentralen Themen des Gesundheitswesens.



Handbuch der Schweizer Kranken- und Unfallversicherung

Ebenfalls für santésuisse haben wir das umfassende Handbuch der Schweizer Kranken- und Unfallversicherung digitalisiert und als moderne Weblösung umgesetzt. Die Plattform richtet sich an Fachpersonen der Kranken- und Sozialversicherer und ermöglicht einen schnellen, intuitiven Zugriff auf komplexe Inhalte – strukturiert, durchsuchbar und stets aktuell. Mit einer leistungsfähigen Suchfunktion, klarer Navigation und responsivem Design ist das digitale Handbuch auf allen Geräten optimal nutzbar. Besonders im Fokus stand die Usability: Inhalte lassen sich nach Themen filtern, Querverweise erleichtern das Verständnis, und Aktualisierungen werden zentral eingespielt. Das Resultat: ein praxisnahes, zukunftsfähiges Tool für den Berufsalltag.

santesuisse.ch

Die ausführliche
Fallstudie ansehen



Website Relaunch Roviva



roviva.ch

Ausgangslage

Roviva ist ein Schweizer Unternehmen, welches auf hochwertige Matratzen und Bettsysteme spezialisiert ist. Mit handgefertigten Produkten bietet Roviva massgeschneiderte Lösungen für Schlafkomfort und Ergonomie. Die Matratzen bestehen oft aus Naturfasern und speziellen Schäumen, die auf individuelle Bedürfnisse abgestimmt sind. Das Unternehmen setzt auf Qualität und Langlebigkeit, um ein luxuriöses Schlaferlebnis zu gewährleisten.

Das Unternehmen evaluierte im Rahmen einer Neuorientierung diverse Webagenturen, um die bestehende TYPO3-Instanz in neue Obhut zu geben. CS2 bekam den Zuschlag und durfte in den vergangenen Jahren, nebst der technischen Betreuung der Website, das Roviva-Team beratend begleiten.

Umsetzung

Ziel war es, das veraltete CMS-Backend mit einer zeitgemässen TYPO3-Version abzulösen, um wieder eine technisch aktuelle, sichere und performante Grundlage für die weiteren Optimierungsschritte zu schaffen. Im Anschluss wurde das bestehende Frontend zwar nur leicht modifiziert, dafür aber mit einigen neuen Elementen erweitert, wie etwa einem Produktvergleich. Zusätzlich können nun die Redakteure bei Roviva, dank dem einzigartigen TYPO3-Setup von CS2, von einigen neuen Backend-Modulen und -Funktionen profitieren, welche z.B. den Arbeitsaufwand in der Bewirtschaftung der Website erleichtern.

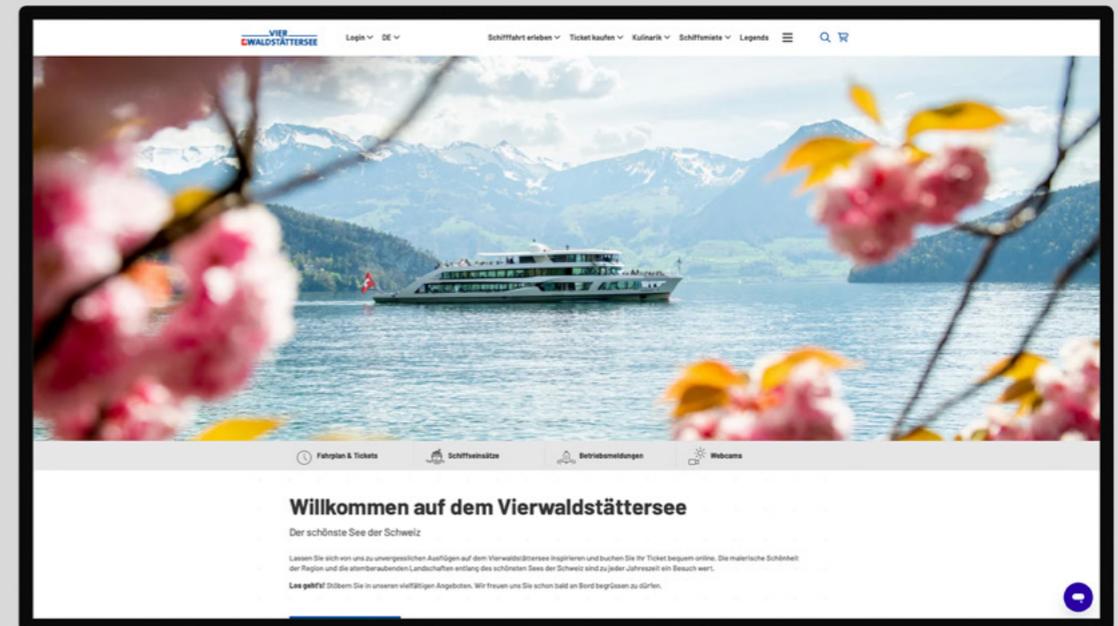
Alle Layouts wurden durch unsere Interaction Designerin in Figma aufbereitet, insbesondere für die Produkt- und Blog-Elemente. Hierbei kam der bewährte CS2-Prozess zum Einsatz, wobei im Vorfeld ein entsprechendes «Factsheet» erarbeitet wurde, welches dann als Grundlage für die Umsetzung diente.

Die ausführliche
Fallstudie ansehen



Frontend Refresh

Lake Lucerne



lakelucerne.ch

Der Vierwaldstättersee ist der Inbegriff einer perfekten Symbiose aus Berg- und Seelandschaft. Die Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees, kurz SGV genannt, betreut die Websites dieser atemberaubenden Tourismusregion und bietet als führendes Schifffahrtsunternehmen der Schweiz ganzjährige Kursfahrten, kulinarische Erlebnisschiffahrten und die Möglichkeit, Schiffe für exklusive Events zu mieten an.

CS2 darf die SGV im Bereich des Webauftritts seit vielen Jahren unterstützend begleiten. Rechtzeitig zu Beginn der Saison, wurde die Website technisch auf den neusten Stand gebracht und zusätzlich mit frischen Designelementen im Rahmen eines leichten CI/CD-Rebrandings und einigen modifizierten Funktionen erweitert.

Die nahtlose Verbindung zwischen der TYPO3-Website von CS2 und der eCommerce-Lösung von Alturos (Peaksolution) ist nach wie vor gegeben, wobei Header und Footer neu als HTML-Blöcke zur Einbindung in den Webshop über eine definierte Schnittstelle angezeigt werden.

Schiff ahoi - Fall-
studie jetzt ansehen



Digital. Relevant. Auf den Punkt.

UNSER NEUER ZWEIBLOG IST DA!



zweiblog.com



Mit dem ZWEIBLOG von CS2 geben wir Einblicke in das, was Entscheider und Macher in der digitalen Welt wirklich weiterbringt.

- ✓ **Für CMOs:** Aktuelle Trends aus Digital Marketing, UX und Conversion-Optimierung.
- ✓ **Für CTOs:** Technik Insights, die helfen, Projekte effizienter und zukunftssicher zu steuern.
- ✓ **Für CEOs:** Strategische Impulse rund um digitale Transformation, Positionierung und Innovation.
- ✓ **Für Content Creators:** Inspiration, Tools und Tipps, um Inhalte smarter zu bewirtschaften.



[WWW.CS2.CH](https://www.cs2.ch)