



KI-MEETUP WASSERBURG · 24. SEPTEMBER 2026

Autonome KI-Agenten

Wie sie für mich und meine Kunden Reichweite bauen. Bei mir sind es sieben, die einen ganzen Blogbeitrag übernehmen — was sie leisten, wo sie scheitern und wo ich trotzdem eingreife.

Ich bin Marketer.
Programmieren habe ich nie
gelernt.



KURZ ZU MIR

Pendlingblick Marketing

- **Performance-Marketing aus Kufstein**, seit 2022. Eine Person fest, dazu ein Netz aus Freelancern.
- **Davor zwanzig Jahre angestellt** — PlanetSports, MediaMarkt, Territory, Burda. Bei MediaMarkt als Brand Manager für rund 250 Märkte.
- **Heute vor allem Hotels und Tagungshäuser** im Alpenraum: Google Ads, Sichtbarkeit bei Google, Inhalte. Dazu Lehraufträge am WiFi Kufstein.
- **Die Agenten, die ich gleich zeige, laufen in genau diesem Tagesgeschäft.** Nicht im Labor.



Pedro Wiechers

DAS MODELL FÜR HEUTE ABEND

Drei Stufen, die oft in einen Topf geworfen werden

Stufe 1

Automation

Führt stur aus, was du ihr sagst. Kein Urteil, keine Abweichung.

Ein Skript zieht jeden Monat Zahlen aus Google Ads.

Stufe 2

Agent

Bekommt ein Ziel statt einer Anweisung. Wählt Werkzeuge, entscheidet, delegiert.

„Schreib den Artikel für dieses Thema.“

Stufe 3

Selbstkorrigierend

Prüft sein eigenes Ergebnis gegen ein Kriterium und macht es nochmal.

Ohne dass jemand nachtritt.

Sieben Agenten, ein Blogartikel

01	Der Planer	Zieht Themen aus Suchdaten	FERTIG
02	Der Autor	Recherchiert und schreibt	FERTIG
→ 03	Der Prüfer	Prüft jede Behauptung	LÄUFT NOCHMAL
04	Der Lektor	Rechtschreibung und Grammatik	FERTIG
05	Der Optimierer	Vergleicht mit dem, was vorne steht	FERTIG
→ 06	Der Illustrator	Baut die Diagramme	LÄUFT NOCHMAL
07	Der Wächter	Misst das Ergebnis gegen ein Kriterium	SCHICKT ZURÜCK

Der siebte schickt Arbeit zurück an den dritten und den sechsten. Von selbst.

DIESELBEN SIEBEN, JETZT MIT AUFGABE

Wer was macht

01 · Der Planer

Sucht das Thema in Suchdaten

Zieht die eigenen Seiten auf Position 4 bis 20 und das Suchvolumen dazu. Entscheidet, was neu geschrieben und was überarbeitet wird.

03 · Der Prüfer

Löst jede Markierung auf

Nimmt sich jede markierte Behauptung vor und sucht die Quelle dazu. Er ist fertig, wenn keine Markierung mehr offen ist.

05 · Der Optimierer

Vergleicht mit dem, was vorne steht

Hält den Text gegen die Seiten, die bei Google oben stehen, und schließt Lücken durch einzelne Sätze — ohne neu zu schreiben.

07 · Der Wächter

Prüft das Ergebnis gegen alle Regeln

Und startet Schritte neu, wenn etwas fehlt — ohne zu fragen. Den seht ihr gleich bei der Arbeit.

02 · Der Autor

Recherchiert und schreibt

Sucht in benannten Quellen — Bundesamt, Gesetzestext, Verbände — und baut daraus den Entwurf. Jede Behauptung bekommt eine Markierung.

04 · Der Lektor

Rechtschreibung und Grammatik

Korrigiert Fehler und sonst nichts. Inhalt und Tonfall rührt er nicht an — das ist ausdrücklich verboten.

06 · Der Illustrator

Baut die Diagramme

Nimmt die Zahlen, die im Text stehen, und rendert daraus die Grafiken. Kein Bildmodell, echter Text im Bild.

SZENE 1

Woher das Thema kommt

IM VORTRAG LIEF HIER EINE BILDSCHIRMAUFNAHME. DAS PASSIERT DARIN:

01

Die Suchdaten lesen

Der Planer schaut in die Search Console: Wo steht eine eigene Seite schon auf Seite zwei, und wie oft wird danach gesucht?

02

Den Monatsplan schreiben

Je Thema legt er fest, ob neu geschrieben oder überarbeitet wird, mit Priorität, Suchbegriffen und der Absicht dahinter.

03

Auch mal bremsen

Wo schon zu viele eigene Seiten um denselben Begriff konkurrieren, lautet die Anweisung: bündeln statt noch ein Artikel.

SZENE 2

Der Artikel entsteht

IM VORTRAG LIEF HIER EINE BILDSCHIRMAUFNAHME. DAS PASSIERT DARIN:

01

Schreiben mit Beleg

Der Autor arbeitet den Plan ab. Jede Behauptung bekommt den Link auf ihre Quelle direkt dazu.

02

Zur Primärquelle gehen

Jeder Artikel hat eine eigene Quellendatei. War eine Übersichtsseite ungenau, ging die Kette zum Gesetzestext und hat das vermerkt.

03

Grafiken aus echten Werten

Diagramme und Infografiken baut sie aus den belegten Zahlen, im Design des Kunden. Kein Bildgenerator rät da etwas zusammen.



UND DANN DAS HIER

Der Text war fertig. Die Kette war anderer Meinung.

Sie hat nachgesehen, ohne dass jemand sie darum
gebeten hat. **Das ist Stufe drei.**

SZENE 3

Das steht im Protokoll

IM VORTRAG LIEF HIER EINE BILDSCHIRMAUFNAHME. DAS PASSIERT DARIN:

01

Jede Station hinterlässt eine Fassung

Im Ordner liegt dieselbe Datei mehrmals, benannt nach dem Schritt, der gerade drüberging: vor dem Lektorat, vor dem Optimierer und so weiter.

02

Der Prüfbericht

Punkt für Punkt: Rechtschreibung, Bildwelt, interne Links, Format, Quellen. Was nicht passt, bekommt ein Warnzeichen und eine Begründung.

03

Jedes Bild wird gemessen

Die Farben werden gegen die Markenfarben geprüft. Schlägt der Wächter falsch an, steht im Bericht, warum es kein echter Fund ist.

Drei Dinge, die ich nie verlangt habe

- **Sie hat ihren eigenen Render angesehen** und im Untertitel einen Tippfehler gefunden. Vor dem finalen Rendern korrigiert.
- **Sie hat ein kaputtes Layout repariert.** Fünf Karten liefen über den Rand, die letzte war abgeschnitten — also hat sie sich ein schmaleres Layout gebaut.
- **Sie hat einen Fehlalarm als Fehlalarm erkannt.** Der eigene Prüfer schlug an, sie hat gegengemessen und ihn verworfen.

SZENE 4

Und dann fällt die Social-Woche ab

IM VORTRAG LIEF HIER EINE BILDSCHIRMAUFNAHME. DAS PASSIERT DARIN:

01

Die Kernaussage herausziehen

Aus dem fertigen Artikel holt die Kette die Hauptthese und drei zitierfähige Sätze.

Geschrieben habe ich nichts davon.

02

Posts für zwei Kanäle

Daraus entstehen die Beiträge für Instagram/Facebook und LinkedIn: Text, Hashtags, eine Story-Serie und das Bildkonzept.

03

Die Bilder dazu

Sie baut die Grafiken im Design des Kunden, quadratisch und im Hochformat. Freigeben tue ich.

VIER MONATE, EIN KUNDE AUS DEM ENERGIEBEREICH

Was dabei herauskommt

Mai bis August

Artikel um Artikel

Jeder mit Quellenliste, Diagrammen und den Posts für zwei Kanäle.

Ich habe davon keinen Satz geschrieben.

Und das ist der Punkt

306 zu 11

Der stärkste Artikel schlägt die Startseite des Kunden — auf deren eigenem wichtigstem Suchbegriff.

Der Blogpost holt mehr als die Homepage.

Klicks aus der Google-Suche, 90 Tage bis 16. August.

Was ich euch auch sagen muss

- **Ein grüner Prüfbericht ist kein Beweis.** Zwei Bilder trugen die falsche Markenfarbe — genau der Fehler, den der Kunde reklamiert hatte. Der Wächter meldete grün.
- **Es kostet Geld.** Wer unbeaufsichtigt laufen lässt, zahlt drauf.
- **Sie erfinden Dinge,** wenn man sie lässt.
- **Mein erster Versuch ist gescheitert.** Ein großer Agent, der alles konnte — und alte Ergebnisse recycelte statt neue zu bauen.
- **Freigabe bleibt beim Menschen.** Nicht aus Vorsicht. Aus Erfahrung.



ZUM MITNEHMEN

**Nehmt euch nicht das
Wichtigste.**

Nehmt euch das Lästigste.

Beschreibt einmal sauber, wie ihr es macht — so, wie ihr es einem neuen Kollegen erklären würdet. Das ist schon die halbe Arbeit.

ZUM WEITERREDEN

Pedro Wiechers



VERNETZEN

[linkedin.com/in/pedrowiechers](https://www.linkedin.com/in/pedrowiechers)

SCHREIBEN

pedro@pendingblick-marketing.com

WER ICH BIN

Pendingblick Marketing, Kufstein

Die Folien kommen nach dem Abend auf die Recap-Seite des Meetups.
Wenn ihr etwas aus dem Vortrag nachbauen wollt und irgendwo hängt:
schreibt mir einfach.