

Prof. Fabian Sippel

Generative KI im Marketing: Chancen, Perspektiven, Möglichkeiten

ein Whitepaper von

klartxt



Liebe Leserin, lieber Leser -

generative Künstliche Intelligenz (gen KI) transformiert das Marketing grundlegend. Als unternehmerisch handelnde Person stehst du vor der Aufgabe, diese Technologie zu verstehen und in deine Strategien zu integrieren.

Unser Whitepaper bietet einen umfassenden Überblick über die Chancen und Herausforderungen generativer KI im Marketing. Wir beleuchten branchenspezifische Anwendungen, analysieren Zukunftsperspektiven bis 2030 und adressieren kritische Aspekte wie Datenschutz und ethische Fragen.

Ziel ist es, dir fundierte Einblicke zu vermitteln, die dich bei der strategischen Implementierung von generativer KI in deinem Unternehmen und deinen Geschäftsprozessen unterstützen. Denn die erfolgreiche Nutzung dieser Technologie wird zunehmend zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor.

Wir laden dich ein, sich mit den Inhalten dieses Whitepapers auseinanderzusetzen und die Potenziale generativer KI für deinen unternehmerischen Erfolg zu erschließen.

Prof. Fabian Sippel
Geschäftsführer klartxt GmbH



Inhalt

Generative KI – eine neue Ära im Marketing	4
Chancen und Perspektiven generativer KI im Marketing	6
KI-gestützte Bild- und Video-Erstellung	8
Text-to-Speech und Voice Cloning	11
Branchenspezifische Anwendungsbeispiele	13
Zukunftsperspektiven: Generative KI im Marketing bis 2030	16
Umfrage: KI im Marketing – wo geht die Reise hin?	19
Erfolgreiche Implementierung generativer KI im Marketing	20
Fazit und Ausblick	22
Glossar und Quellen	24
Über den Autor und Impressum	25
klartxt SCHLÜSSEL	inklusive

Generative KI – eine neue Ära im Marketing

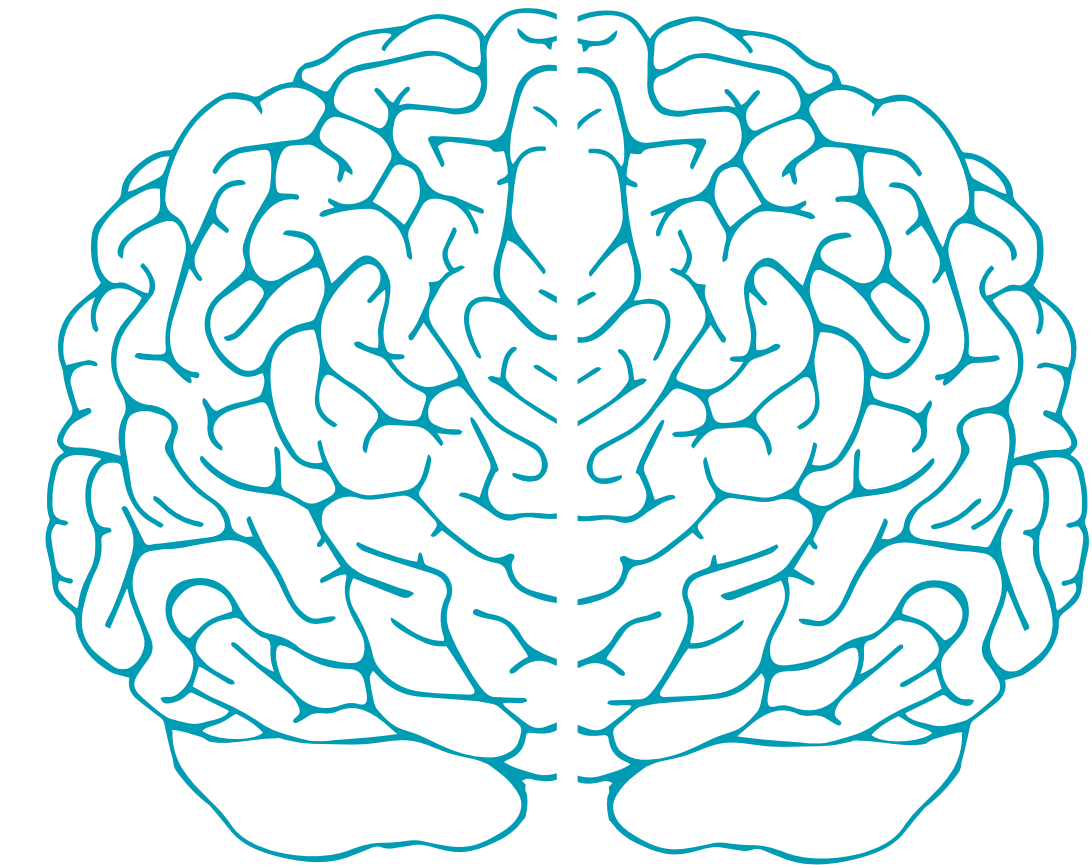
Generative KI bezeichnet KI-Systeme, die auf Basis von Trainingsdaten neue, originelle Inhalte erzeugen können.

Generative Künstliche Intelligenz (gen KI) steht im Begriff, das Marketing grundlegend zu verändern. Diese Technologie eröffnet neue Möglichkeiten für Unternehmen, ihre Kundeninteraktionen zu gestalten, Inhalte zu erstellen und Marketingstrategien zu entwickeln.

Generative KI unterscheidet sich wesentlich von herkömmlichen KI-Systemen. Während traditionelle KI-Anwendungen Muster erkennen, Daten analysieren und Vorhersagen treffen, ist generative KI in der Lage, völlig neue Inhalte zu erschaffen – sei es Text, Bild, Video oder sogar Programmcode.

Diese Fähigkeit zur Kreation eröffnet für das Marketing neue Anwendungsfelder. Die Erstellung maßgeschneiderter Werbetexte, die Generierung von Produktbildern und die Entwicklung personalisierter Kundenerlebnisse sind nur einige Beispiele für potenzielle Einsatzbereiche generativer KI im Marketing.

Wie jede fortschrittliche Technologie bringt auch generative KI Herausforderungen mit sich. Ethische Fragen, Datenschutzaspekte und die Wahrung von Authentizität erfordern sorgfältige Beachtung. Unternehmen stehen vor der Aufgabe, diese leistungsfähige Technologie verantwortungsvoll und effektiv in ihre bestehenden Marketingstrategien zu integrieren.



Traditionelle KI

Optimierung
Vorhersage
Analyse

Generative KI

Kreation
Innovation
Personalisierung

Generative KI – eine neue Ära im Marketing

Die Marktgröße im Generative-KI-Markt wird etwa 33,44 Mrd. € im Jahr 2024 betragen. Es wird erwartet, dass die Marktgröße eine jährliche Wachstumsrate (CAGR 2024-2030) von 46,73 % aufweist, was zu einem prognostizierten Marktvolumen von 333,70 Mrd. € im Jahr 2030 führt.¹

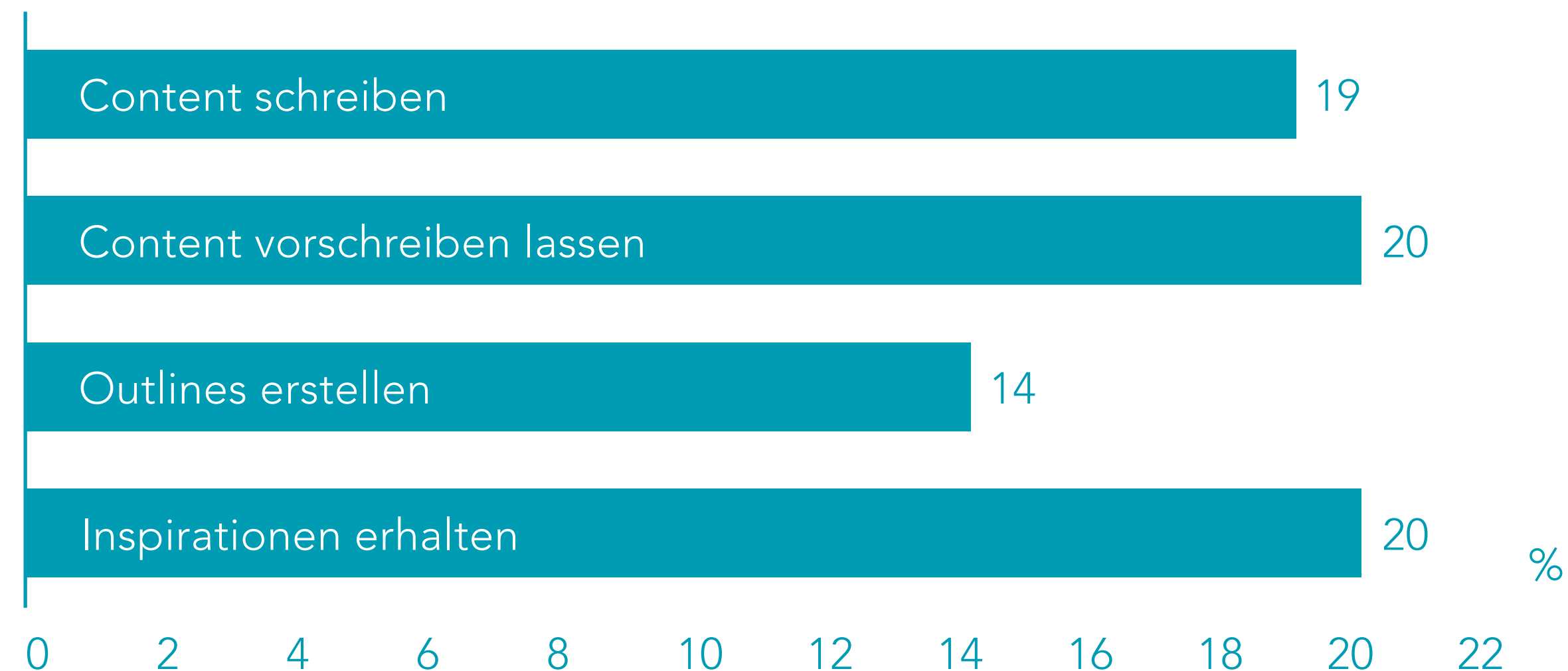
Schon jetzt setzen laut Marketing Report 2024 acht von zehn deutschen Unternehmen KI auf verschiedenste Weise im Marketing ein.²

Dieses Whitepaper analysiert die Chancen und Perspektiven generativer KI im Marketing und beleuchtet gleichzeitig potenzielle Risiken und Herausforderungen. Es präsentiert branchenspezifische Anwendungsbeispiele und untersucht, wie generative KI das Marketing bis 2030 beeinflussen könnte.

¹ Wachstumsrate der Marktgröße



² Wie Marketerinnen und Marketer KI zur Erstellung von Inhalten nutzen



Chancen und Perspektiven generativer KI im Marketing

Generative KI revolutioniert das Marketing durch Personalisierung, Effizienzsteigerung und innovative Content-Erstellung, eröffnet aber auch neue Herausforderungen in Bezug auf Ethik und Datenschutz.

Personalisierung und Kundenerlebnis

Generative KI ermöglicht eine bisher unerreichte Ebene der Personalisierung im Marketing. Durch die Analyse großer Datenmengen und die Fähigkeit, maßgeschneiderte Inhalte zu erstellen, können Unternehmen ihren Kunden hochgradig individualisierte Erlebnisse bieten.

Content-Erstellung und -Optimierung

Generative KI beschleunigt und verbessert die Content-Erstellung erheblich. Von der Erstellung von Blog-Artikeln über Social-Media-Posts bis hin zu Produktbeschreibungen kann KI den Prozess rationalisieren und die Produktivität steigern.

Predictive Analytics und Zielgruppenanalyse

Generative KI verbessert die Vorhersagegenauigkeit von Marketinganalysen signifikant. Durch die Verarbeitung komplexer Datensätze kann KI Trends vorhersagen, Zielgruppen präziser segmentieren und Kampagnen in Echtzeit optimieren.

Der Waschmittel-Hersteller Henkel beispielsweise verwendet bereits seit Jahren die auf Anwendungen von Adobe basierende Plattform RAQN für das digitale Marketing. Mit der KI-Software Firefly erstellen die Henkel-Marketer personalisierten Marketing-Content; die Assets kommen unter anderem bei Omnichannel-Kampagnen in der Konsumgüter-Sparte zum Einsatz.
(Reder, 2024; Reder, 2024)

60 %
Produktivität
wird gesteigert

42 %
Arbeitsprozesse
werden rationalisiert

64 %
Unternehmens-
produktivität
wird verbessert

„Über 60 % der Unternehmer glauben, dass KI die Produktivität steigern wird. Insbesondere gaben 64 % an, dass KI die Unternehmensproduktivität verbessern würde, und 42 % glauben, dass sie Arbeitsprozesse rationalisieren wird.“

(Watts, 2023)

Chancen und Perspektiven generativer KI im Marketing

Automatisierung von Marketingprozessen

Die Automatisierung komplexer Marketingprozesse durch generative KI führt zu erhöhter Effizienz und ermöglicht es Marketingteams, sich auf strategische Aufgaben zu konzentrieren.

Innovative Produktentwicklung und Design

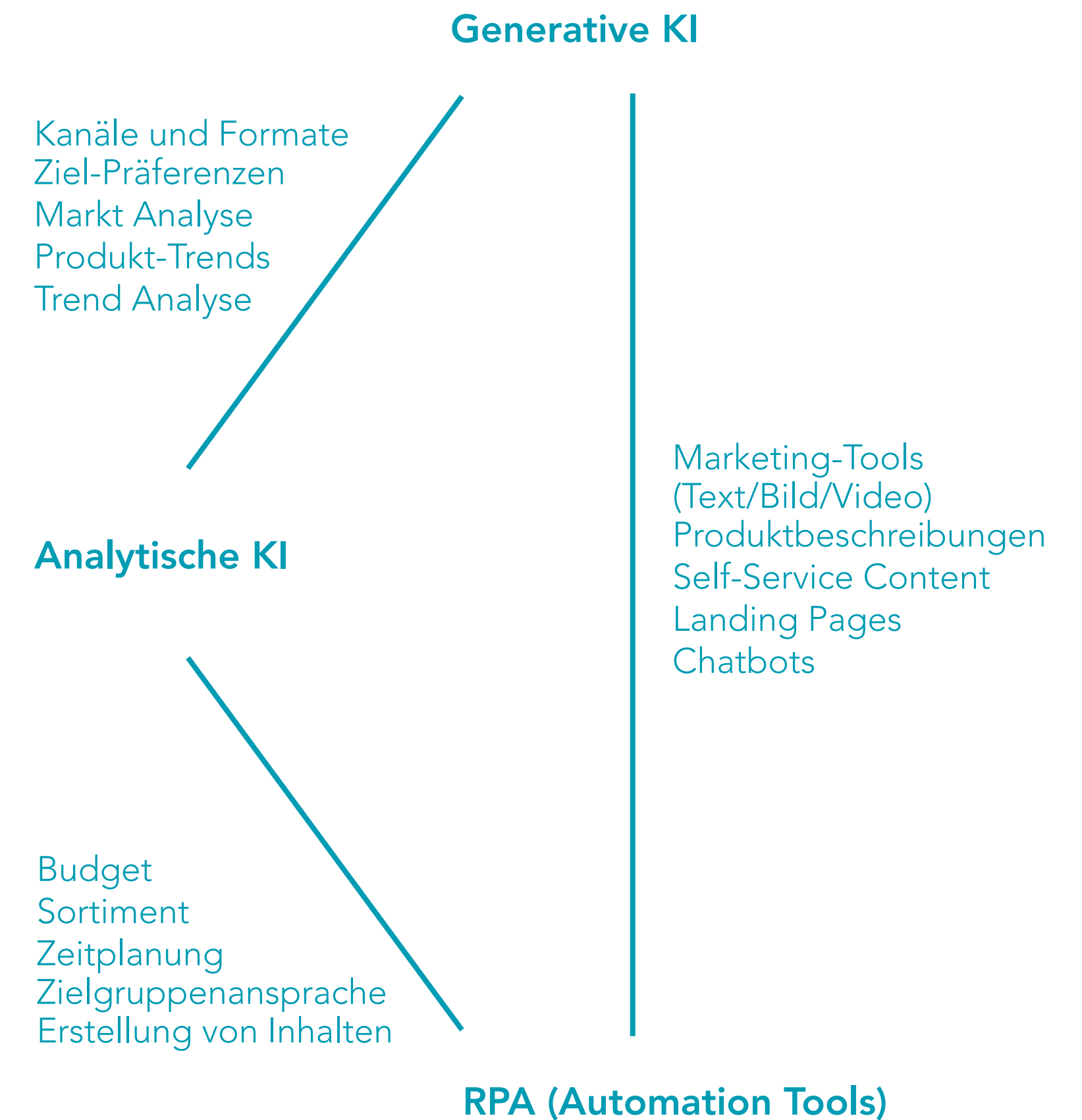
Generative KI unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung innovativer Produkte und Designs, indem sie Markttrends analysiert und neue Konzepte generiert.

Während die Chancen von generativer KI im Marketing beträchtlich sind, ergeben sich auch neue Herausforderungen. Unternehmen müssen sorgfältig abwägen, wie sie diese Technologie einsetzen, um ethische Standards zu wahren und das Vertrauen der Kunden zu erhalten.

„Die Kombination aus KI und Marketing Automation eröffnet eine aufregende neue Ära des Marketings. Unternehmen, die diese Technologien geschickt einsetzen, haben die Möglichkeit, effektiver zu arbeiten, Kunden enger an sich zu binden und bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen. Die Zukunft des Marketings wird von der fortschreitenden Integration von KI in Marketingprozesse geprägt sein, und es bleibt spannend zu beobachten, wie sich die Branche weiterentwickeln wird.“

Alexander Wicki, Leiter Marketing & Kommunikation
bbv Software Services AG, Luzern

gen KI im Marketing-Ökosystem



KI-gestützte Bild- und Video-Erstellung

KI-gestützte Bild- und Videoerstellung revolutioniert die visuelle Kommunikation im Marketing, bietet enorme Effizienzsteigerungen und kreative Möglichkeiten, erfordert aber auch sorgfältige Beachtung ethischer und rechtlicher Aspekte.

Technologische Grundlagen

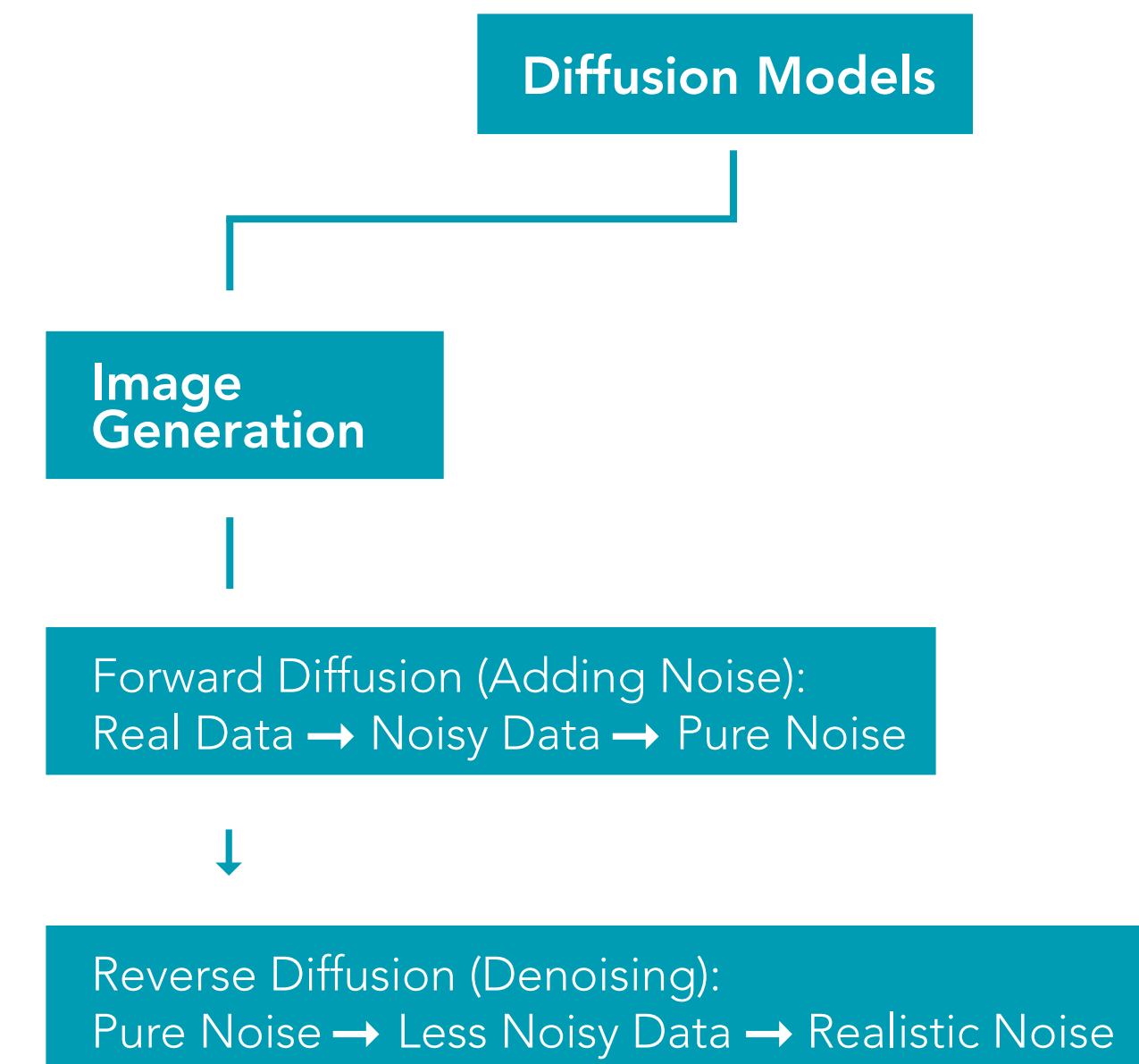
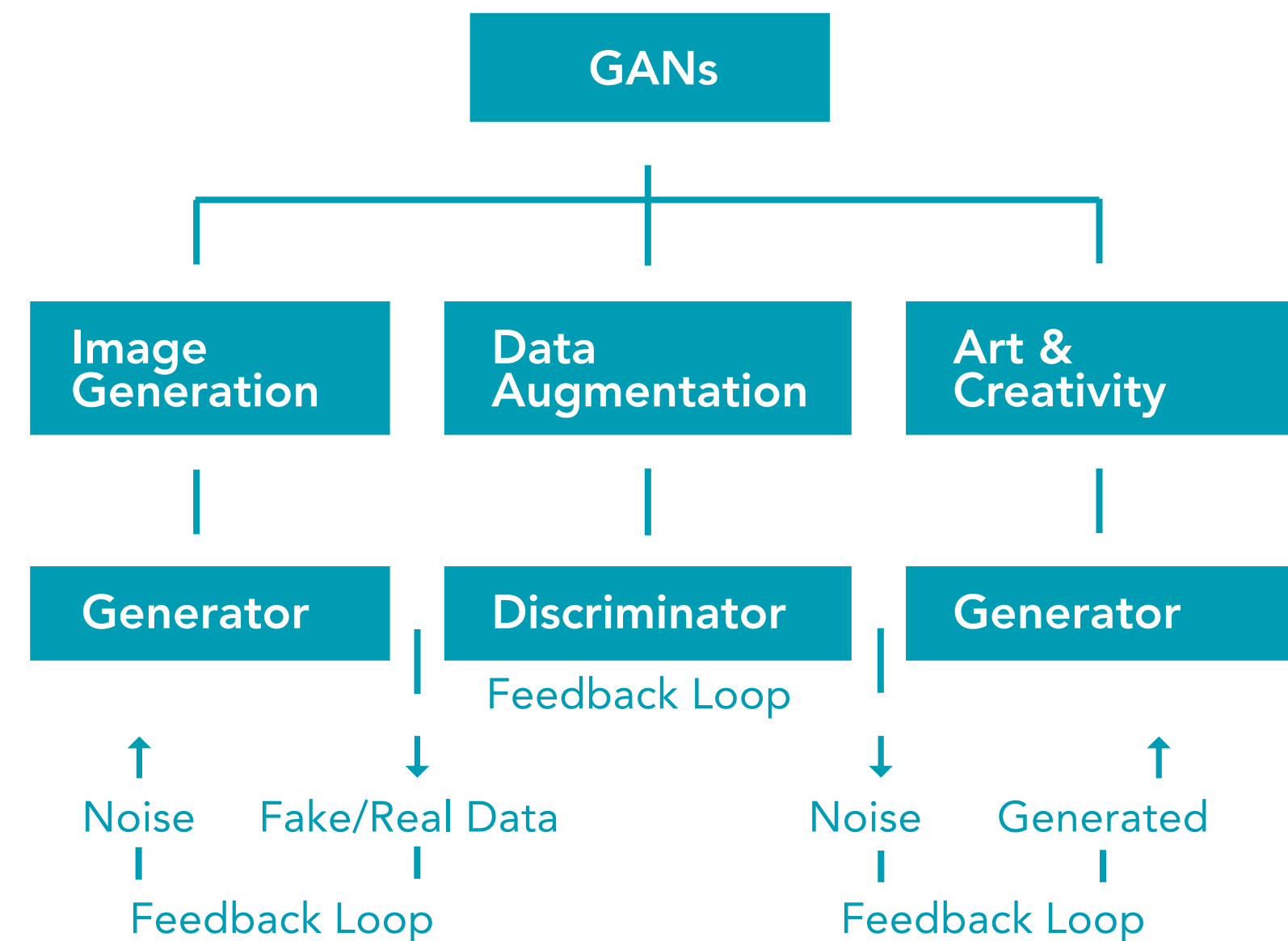
KI-gestützte Bild- und Videoerstellung basiert hauptsächlich auf zwei Technologien:

Generative Adversarial Networks (GANs):

Zwei neuronale Netze konkurrieren miteinander – eines erzeugt Bilder, das andere bewertet sie. Dieser Prozess führt zu immer realistischeren Ergebnissen.

Diffusion Models:

Diese erzeugen Bilder, indem sie schrittweise Rauschen aus zufällig generierten Pixeln entfernen, basierend auf gelernten Mustern aus Trainingsdaten.



KI-gestützte Bild- und Video-Erstellung

Anwendungsmöglichkeiten im Marketing

Produktvisualisierung:

Erstellung von fotorealistischen Produktbildern ohne physische Prototypen

Personalisierte Werbemittel:

Generierung individualisierter visueller Inhalte für Zielgruppen

Content-Skalierung:

Schnelle Erstellung großer Mengen visueller Inhalte für verschiedene Plattformen

Konzeptvisualisierung:

Schnelle Visualisierung von Marketingideen für Präsentationen und Pitches

Visuelle Markenidentität:

Konsistente Erstellung von on-brand visuellen Elementen



KI-gestützte Bild- und Video-Erstellung

Herausforderungen und ethische Aspekte

Urheberrecht und geistiges Eigentum:

Die Nutzung von Trainingsdaten und die Rechte an KI-generierten Bildern sind rechtlich oft unklar.

Authentizität und Transparenz:

Es besteht die Gefahr der Verbreitung von Fehlinformationen durch täuschend echte KI-generierte Bilder und Videos.

Bias und Repräsentation:

KI-Systeme können voreingenommene oder stereotype Darstellungen reproduzieren, wenn die Trainingsdaten nicht divers genug sind.

Qualitätskontrolle:

Trotz hoher Qualität können KI-generierte Bilder subtile Fehler oder Inkonsistenzen aufweisen, die menschliche Überprüfung erfordern.

Datenschutz:

Die Verwendung personenbezogener Daten zur Erstellung personalisierter visueller Inhalte erfordert besondere Sorgfalt.

Bei klartxt orientieren wir uns an den folgenden Richtlinien für den Einsatz KI-generierter Bilder im Marketing:

Transparenz:

Kennzeichnung KI-generierter Inhalte, wenn nicht offensichtlich. Offenlegung des KI-Einsatzes in Impressum oder Disclaimer.

Authentizität:

Keine Darstellung fiktiver Personen als real existierend. Vermeidung der Manipulation von Bildern realer Personen ohne deren Einwilligung.

Fairness und Repräsentation:

Sicherstellung diverser und inklusiver Darstellungen. Vermeidung der Verstärkung von Stereotypen oder Vorurteilen.

Schutz geistigen Eigentums:

Respektierung von Urheberrechten bei der Auswahl von Trainingsdaten. Klare Regelungen zur Nutzung und Weitergabe KI-generierter Inhalte.

Verantwortungsvolle Nutzung:

Keine Erstellung oder Verbreitung von Fehlinformationen oder schädlichen Inhalten. Berücksichtigung potenzieller gesellschaftlicher Auswirkungen.

Qualitätskontrolle:

Implementierung menschlicher Überprüfungsprozesse. Kontinuierliche Überwachung und Verbesserung der KI-Systeme.

Datenschutz:

Einhaltung geltender Datenschutzbestimmungen bei der Nutzung personenbezogener Daten. Sicherstellung der Einwilligung bei der Verwendung persönlicher Bilder.

Text-to-Speech und Voice Cloning

Text-to-Speech und Voice Cloning-Technologien eröffnen neue Möglichkeiten für personalisierte und barrierefreie Marketingkommunikation, erfordern aber sorgfältige Berücksichtigung ethischer und rechtlicher Aspekte.

Einsatzmöglichkeiten in Marketingstrategien

Personalisierte Audiowerbung:

Erstellung individualisierter Audiobot-schaften für Kund*innen. Anpassung von Stimme und Tonfall an Zielgruppe oder Kontext.

Voice-basierte Markenidentität:

Entwicklung einer konsistenten Markenstimme für alle Audiokanäle. Schaffung wiedererkennbarer Audiomarken.

Barrierefreie Kommunikation:

Automatische Umwandlung von Texten in Sprache für sehbehinderte Nutzer*innen. Mehrsprachige Audioinhalte ohne Neu-aufnahmen.

Interaktive Sprachassistenten:

Entwicklung von KI-gestützten Kundenservice-Bots mit natürlicher Sprache. Personalisierte Produktempfehlungen per Sprachinteraktion.

Audioformate für Content Marketing:

Automatische Erstellung von Podcasts oder Audioartikeln aus Textinhalten. Generierung von Voiceovers für Video-Content.



Text-to-Speech und Voice Cloning

Bei klartxt orientieren wir uns an den folgenden Richtlinien für den verantwortungsvollen Einsatz von Voice Cloning im Marketing:

Authentizität wahren:

Keine Täuschung über den Ursprung der Stimme. Klare Unterscheidung zwischen echten und KI-generierten Stimmen.

Respekt für Persönlichkeitsrechte:

Keine unbefugte Nutzung oder Nachahmung bekannter Stimmen. Berücksichtigung kultureller Sensibilitäten bei der Stimmwahl.

Vermeidung von Manipulation:

Kein Einsatz emotionaler Stimmmanipulation zur Beeinflussung von Kaufentscheidungen. Transparenz über den Einsatz von KI-generierten Stimmen in der Werbung.

Schutz vulnerabler Gruppen:

Besondere Vorsicht beim Einsatz von Voice Cloning gegenüber Kindern oder älteren Menschen. Vermeidung der Ausnutzung emotionaler Bindungen zu bekannten Stimmen.

Förderung der Vielfalt:

Repräsentation verschiedener Akzente, Dialekte und Sprechweisen. Vermeidung der Verstärkung von Stereotypen durch Stimmwahl.

Qualitätssicherung:

Regelmäßige Überprüfung der generierten Inhalte auf Angemessenheit und Korrektheit. Implementierung von Feedback-Mechanismen für Nutzer*innen.

Weiterentwicklung der Technologie:

Investition in Forschung zur Verbesserung der Natürlichkeit und Expressivität. Entwicklung von Methoden zur eindeutigen Kennzeichnung synthetischer Stimmen.

Text-to-Speech (TTS)

Umwandlung von geschriebenem Text in natürlich klingende Sprache. Nutzung tiefer neuronaler Netze für realistische Sprachsynthese.

Voice Cloning

Erstellung eines digitalen Stimmmodells basierend auf Sprachproben. Generierung neuer Äußerungen in der geklonten Stimme. Möglichkeit zur Anpassung von Ton, Tempo und Emotion.



Branchenspezifische Anwendungsbeispiele

Generative KI bietet maßgeschneiderte Lösungen für verschiedene Branchen, die Effizienz steigern, Kundenerlebnisse verbessern und neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen.

Banken und Versicherungen

Trends:

- KI-gestützte Risikoanalyse für präzisere Kreditentscheidungen
- Personalisierte Finanzberatung durch KI-Assistenten
- Automatisierte Schadenregulierung in der Versicherungsbranche

„KI wird einer der entscheidenden Wettbewerbsfaktoren für Finanzinstitute sein. Sie bietet aber auch Anwendungsmöglichkeiten weit über die Automatisierung von Prozessen hinaus.“

Michael Berns, Director AI & FinTech bei PwC Deutschland

Kfz-Handel und Mobilität

Trends:

- Virtuelle Showrooms mit KI-generierten Fahrzeugkonfigurationen
- Prädiktive Wartung durch KI-Analysen von Fahrzeugdaten
- KI-optimierte Verkehrssteuerung für nachhaltige Mobilität

„Der enorme Leistungszuwachs von KI und ihre vielfältige Anwendung bieten auch Kfz-Betrieben in der Zukunft neue Möglichkeiten. Insbesondere die Fortschritte in der Sprach- und Bilderkennung beeindrucken mich.“

Doris Gietl, Head of Business Development, Sales und Marketing bei der LDB Gruppe, Berlin

Pharma, Gesundheit und Kosmetik

Trends:

- KI-generierte personalisierte Produktformulierungen
- Personalisierte Präventionsempfehlungen auf Basis kontinuierlich analysierter Gesundheitsdaten
- Virtuelle Gesundheitsassistenten bieten 24/7 medizinische Beratung und koordinieren die Versorgung mit menschlichen Experten

„Künstliche Intelligenz in der Medizin verspricht für viele Anwendungsbereiche großes Potenzial, etwa in der medizinischen Diagnostik, Medikamentenentwicklung, Administration und Prozessmanagement in Krankenhäusern und Arztpraxen, Ressourcen- und Kapazitätsplanung, Patientenaufklärung oder dem Training von Gesundheitsfachpersonal.“

Fraunhofer-Institut für Kognitive Systeme IKS, München

Branchenspezifische Anwendungsbeispiele

KI-Einsatzfelder in der Gesundheitsbranche

Anwendungen

wie z. B.:

Personalisierte Medikamentenentwicklung
KI-gestützte Diagnose
Individuelle Hautpflegeempfehlungen
Virtuelle Gesundheitsassistenten

Nachsorge

Nachsorgemanagement

Therapie

Roboterunterstützte Operation
Bildfusionsgetützte Behandlung

Prävention

Selbsterfasste Daten, z. B. durch
Gesundheits-Apps & Wearables

Screening

Digitaler Screener:
Daten zur Vorgeschichte & Umfeld
Wissenschaftliche Daten

Diagnostik

KI-Diagnoseunterstützung:
Bildautomatisierte Analyse



Branchenspezifische Anwendungsbeispiele

Mode, Kleidung, Schuhe

Trends:

- Virtuelle Modenschauen und Anproben
- Personalisierte Lookbooks und Stilempfehlungen
- KI-Stylingassistenten zur ganzheitlichen Kundenberatung unter Berücksichtigung von Stil, Nachhaltigkeit und ethischer Produktion

Der schwedische Modegigant H&M erforscht seit einiger Zeit KI-gestützte Designansätze. So präsentierte die Textildruck-Plattform Creator Studio des Konzerns ein neues Tool zur Gestaltung, das auf künstlicher Intelligenz basiert. Die Designs greifen auf eine Reihe vordefinierter Stile zurück, die es den Usern selbst ermöglichen, „in wenigen Schritten maßgeschneiderte Kunstwerke zu generieren“.

(Thomas, 2024)

Papierverarbeitung, Veredelung und Druck

Trends:

- Intelligente Verpackungsdesigns
- Personalisierte Printprodukte
- Optimierte Produktionsprozesse

In Kooperation mit einem Spezialunternehmen in Dresden entwickelt die Forschungstiftung der Papierindustrie aktuell ein Portal zum schnellen Erkennen von Materialfehlern in der Papierproduktion auf Basis neuronaler Netze und Deep Learning. Ziel des Projekts ist der Aufbau eines kognitiven Assistenzsystems, welches schnelle und effiziente Handlungsempfehlungen bei Prozess- und Qualitätsabweichungen liefert und dadurch der Steigerung der Effektivität im Unternehmen beiträgt.



Zukunftsperspektiven: Generative KI im Marketing bis 2030

Die Entwicklung generativer KI wird das Marketing grundlegend transformieren, wobei technologische Fortschritte neue Möglichkeiten eröffnen, aber auch ethische und gesellschaftliche Herausforderungen mit sich bringen.

Timeline: Prognostizierte Meilensteine der KI-Entwicklung

2025:

- Fortgeschrittene multimodale KI-Systeme, die Text, Bild, Audio und Video nahtlos integrieren
- Verbesserte Verständnisfähigkeit von Kontext und Nuancen in der Kommunikation

2027:

- KI-Systeme mit erweiterten Fähigkeiten zur emotionalen Intelligenz und Empathie
- Durchbrüche in der Quantencomputer-gestützten KI, die in der Lage sein wird, noch komplexere Probleme zu lösen

2030:

- Hochentwickelte KI-Systeme, die menschenähnliche kreative Prozesse simulieren können
- Fortschritte in der Neuromorphischen Computertechnologie, die biologische Gehirnfunktionen nachahmt

Potenzielle neue Anwendungsfelder

Hyper-personalisiertes Marketing:

KI-gesteuerte individuelle Customer Journeys in Echtzeit. Vorhersage und Beeinflussung von Kundenbedürfnissen vor ihrer Entstehung.

Immersive AR/VR-Marketingenerlebnisse:

KI-generierte, interaktive virtuelle Welten für Produktpräsentationen. Personalisierte AR-Overlays in der realen Welt für kontext-bezogenes Marketing.

Autonome Marketingagenten:

KI-Systeme, die selbstständig Marketing-strategien entwickeln und umsetzen. Kontinuierliche Optimierung von Kampagnen ohne menschliches Eingreifen.

Neuronales Branding:

KI-gestützte Analyse und Beeinflussung von Markenwahrnehmungen auf neuronaler Ebene. Entwicklung von Markenidentitäten, die auf unterbewusste Präferenzen abzielen.

Quantencomputing-gestütztes Predictive Marketing:

Hochkomplexe Vorhersagemodelle für Marktentwicklungen und Konsumenten-verhalten. Echtzeit-Optimierung von Marketingstrategien basierend auf Quantenalgorithmen.

Zukunftsperspektiven: Generative KI im Marketing bis 2030

Auswirkungen auf Marketingstrategien und -berufe

Transformation von Marketingrollen:

Verschiebung von operativen zu strategischen und kreativen Aufgaben. Entstehung neuer Berufsbilder wie „KI-Ethik-Officer“ oder „KI-Kreativdirektor*in“.

Datengetriebene Kreativität:

Symbiose zwischen menschlicher Kreativität und KI-generierter Inspiration. KI als Co-Creator in kreativen Prozessen.

Echtzeit-Marketingoptimierung:

Kontinuierliche Anpassung von Marketingstrategien basierend auf KI-Analysen. Verschwinden der Grenzen zwischen Planung und Ausführung.

Ethisches Marketing:

Zunehmende Bedeutung von Transparenz und Verantwortungsbewusstsein im KI-gestützten Marketing. Entwicklung von KI-Systemen, die ethische Richtlinien aktiv in Marketingentscheidungen einbeziehen.

Globalisierung und Lokalisierung:

KI-gestützte Anpassung globaler Kampagnen an lokale Kulturen und Präferenzen. Überwindung sprachlicher und kultureller Barrieren durch fortschrittliche KI-Übersetzung und -Adaption.



Zukunftsperspektiven: Generative KI im Marketing bis 2030

Aus dem Terminkalender einer Marketingspezialistin im Jahr 2030:



9:00 Uhr: Briefing mit dem KI-Assistenten, der über Nacht Markttrends analysiert und Kampagnenvorschläge generiert hat.



10:00 Uhr: Virtuelle Produktpräsentation in einer KI-generierten AR-Umgebung, die sich in Echtzeit an Kundenfeedback anpasst.



13:00 Uhr: Mittagspause mit personalisierten Nahrungsempfehlungen, basierend auf KI-Analysen des persönlichen Gesundheitsprofils.



14:00 Uhr: Kollaboration mit dem KI-Kreativteam zur Entwicklung einer globalen Kampagne, die automatisch für lokale Märkte adaptiert wird.



16:00 Uhr: Ethik-Check der geplanten Kampagnen durch die KI-Ethik-Abteilung, um potenzielle Kontroversen zu identifizieren.



17:00 Uhr: Abschlussbesprechung mit dem Team, unterstützt durch KI-generierte Leistungsprognosen und Optimierungsvorschläge.

Umfrage: KI im Marketing – wo geht die Reise hin?

Wir bei klartxt interessieren uns sehr dafür, wie du persönlich die Entwicklungen generativer KI im Marketing einschätzt und bewertest: Überwiegen für dich die Perspektiven und Chancen? Oder siehst du vor allem Risiken und Nachteile?

Zu diesem Thema haben wir eine kleine Online-Umfrage mit den drei folgenden Thesen und Gegenthesen vorbereitet und laden dich zur Teilnahme ein – selbstverständlich anonym:

1. **These:** Generative KI wird menschliche Kreativität im Marketing vollständig ersetzen.
Gegenthese: KI wird menschliche Kreativität ergänzen und neue Formen der Zusammenarbeit ermöglichen.
2. **These:** KI-gesteuerte Marketingstrategien werden zu einer Homogenisierung von Marken führen.
Gegenthese: KI wird eine noch stärkere Differenzierung und Personalisierung von Marken ermöglichen.
3. **These:** Der Einsatz von KI im Marketing wird zu einem Verlust der Privatsphäre der Konsumenten führen.
Gegenthese: KI wird neue Möglichkeiten für datenschutzfreundliches und transparentes Marketing eröffnen.



Erfolgreiche Implementierung generativer KI im Marketing

Die erfolgreiche Implementierung generativer KI im Marketing erfordert eine strategische Herangehensweise, sorgfältige Auswahl geeigneter Lösungen und Partner sowie die Beachtung bewährter Praktiken.

Kriterien für die Auswahl geeigneter KI-Lösungen

Skalierbarkeit und Flexibilität:

Anpassungsfähigkeit an wachsende Datenmengen und sich ändernde Anforderungen. Kompatibilität mit bestehenden Systemen und Zukunftstechnologien.

Benutzerfreundlichkeit:

Intuitive Bedienung für Marketingteams. Verfügbarkeit von Schulungen und Support.

Datenverarbeitung und -sicherheit:

Robuste Datenschutzmaßnahmen. Compliance mit relevanten Regularien (z.B. DSGVO).

Leistungsfähigkeit und Genauigkeit:

Qualität der generierten Outputs. Geschwindigkeit der Verarbeitung.

Anpassungsfähigkeit und Lernfähigkeit:

Möglichkeit zur Feinabstimmung auf spezifische Branchenanforderungen. Kontinuierliches Lernen aus neuen Daten.

Merkmale kompetenter KI-Partner und Berater

Branchenexpertise:

Nachgewiesene Erfahrung im Marketing-Sektor. Verständnis für branchenspezifische Herausforderungen.

Technologische Kompetenz:

Tiefgreifendes Verständnis von generativer KI und verwandten Technologien. Fähigkeit zur Integration in bestehende Systeme.

Datenschutz und Sicherheit:

Robuste Sicherheitsmaßnahmen und Datenschutzpraktiken. Transparenz bezüglich Datennutzung und -speicherung.

Anpassungsfähigkeit und Support:

Bereitschaft zur Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen. Umfassender Support und Schulungsangebote.

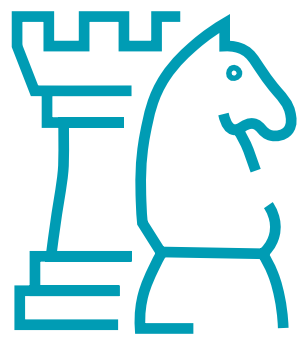
Ethische Ausrichtung:

Bekenntnis zu ethischen KI-Praktiken. Transparenz in der Kommunikation und Geschäftspraktiken.



Erfolgreiche Implementierung generativer KI im Marketing

Best Practices und Erfolgsfaktoren



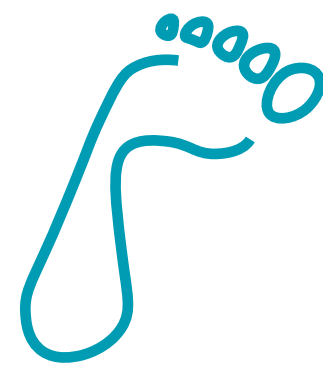
Klare Strategie und Zielsetzung

Definition konkreter KI-Implementierungsziele. Ausrichtung der KI-Strategie an übergeordneten Unternehmenszielen.



Messung und Optimierung

Definition klarer KPIs für den KI-Einsatz. Kontinuierliche Überwachung und Optimierung der KI-Leistung.



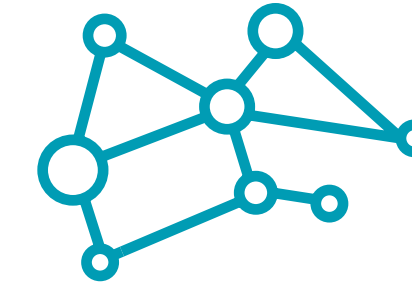
Schrittweise Implementierung

Start mit Pilotprojekten in begrenztem Umfang. Iterative Erweiterung basierend auf Learnings.



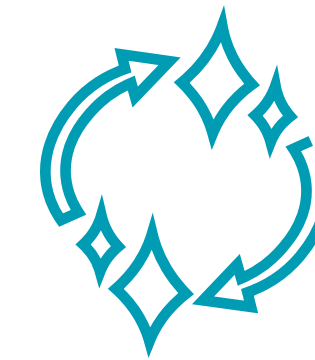
Ethik und Verantwortung

Etablierung ethischer Richtlinien für den KI-Einsatz. Regelmäßige Überprüfung und Anpassung ethischer Standards.



Cross-funktionale Zusammenarbeit

Einbindung verschiedener Abteilungen (Marketing, IT, Legal, etc.). Förderung einer abteilungsübergreifenden KI-Kultur.



Datenqualität und -management

Sicherstellung hochwertiger, relevanter Trainingsdaten. Etablierung robuster Datenmanagementprozesse.



Kontinuierliche Schulung und Entwicklung

Regelmäßige Weiterbildung des Marketingteams. Förderung von KI-Kompetenzen in der gesamten Organisation.

Fazit und Ausblick

Die Zukunft des Marketings wird maßgeblich durch generative KI geprägt sein. Wir stehen am Beginn einer Ära, in der die Grenzen zwischen menschlicher Kreativität und künstlicher Intelligenz zunehmend verschwimmen. Diese Entwicklung birgt enormes Potenzial, stellt uns aber auch vor bedeutende Herausforderungen:

Mensch-Maschine-Kollaboration

Die erfolgreiche Integration von KI wird eine neue Form der Zusammenarbeit zwischen Mensch und Maschine erfordern. Marketingfachleute müssen lernen, KI als leistungsstarkes Werkzeug zu nutzen, ohne dabei die menschliche Intuition und Kreativität zu vernachlässigen.

Ethische KI-Frameworks

Die Entwicklung robuster ethischer Richtlinien für den Einsatz von KI im Marketing wird entscheidend sein. Unternehmen und Regulierungsbehörden müssen zusammenarbeiten, um Standards zu etablieren, die Innovation fördern und gleichzeitig Verbraucherschutz gewährleisten.

Kontinuierliches Lernen

Angesichts der rasanten technologischen Entwicklung wird lebenslanges Lernen für Marketingfachleute unerlässlich. Die Fähigkeit, sich schnell an neue KI-Technologien anzupassen, wird zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Datenzentrierte Kulturen

Unternehmen müssen datenzentrierte Kulturen entwickeln, damit sie das volle Potenzial generativer KI ausschöpfen können. Dies erfordert Investitionen in Dateninfrastruktur, Analytik und KI-Kompetenz auf allen Ebenen der Organisation.

Kundenvertrauen als Priorität

In einer Welt, in der KI zunehmend Marketingentscheidungen beeinflusst, wird das Vertrauen der Kund*innen zum entscheidenden Faktor. Transparenz in der KI-Nutzung und der verantwortungsvolle Umgang mit Kundendaten werden zu Schlüsselementen erfolgreicher Markenstrategien.

Fazit und Ausblick

Unsere Empfehlung

Die Integration generativer KI in Marketingstrategien ist keine Option, sondern eine Notwendigkeit für Unternehmen, die in der digitalen Ära wettbewerbsfähig bleiben wollen.

Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um:

- eine klare KI-Strategie zu entwickeln, die auf die Unternehmensziele abgestimmt ist;
- in die Schulung und Entwicklung von Mitarbeiter*innen zu investieren, um KI-Kompetenzen aufzubauen;
- Pilotprojekte zu starten, um Erfahrungen mit generativer KI zu sammeln und den Wert für das eigene Unternehmen zu evaluieren;
- ethische Richtlinien für den KI-Einsatz zu etablieren und kontinuierlich zu überprüfen;
- Partnerschaften mit KI-Fachleuten und Technologieanbietern einzugehen, um von deren Expertise zu profitieren.

Die Zukunft des Marketings liegt in der intelligenten Verschmelzung menschlicher Kreativität und künstlicher Intelligenz. Unternehmen, die diese Symbiose erfolgreich meistern, werden die Gewinner im Marketingwettbewerb von morgen sein.

Die Zeit zu handeln ist jetzt – wenn du möchtest, unterstützen wir dich dabei:

- mit unserer Expertise,
- mit unserer Erfahrung und
- mit unserer großen Leidenschaft für den Erfolg!

Glossar

A

Algorithmus: Eine Reihe von Anweisungen oder Regeln, die von einem Computer befolgt werden, um ein Problem zu lösen oder eine Aufgabe auszuführen.

Artifizielle Intelligenz (AI): Siehe Künstliche Intelligenz.

B

Big Data: Extrem große Datensätze, die zu komplex sind, um mit traditionellen Datenverarbeitungsmethoden analysiert zu werden.

Bias: Voreingenommenheit oder Verzerrung in KI-Systemen, die zu unfairen oder diskriminierenden Ergebnissen führen kann.

C

Content Marketing: Eine Marketingstrategie, die darauf abzielt, wertvolle und relevante Inhalte zu erstellen und zu verteilen, um ein bestimmtes Publikum anzuziehen und zu binden.

D

Deep Learning: Eine Unterkategorie des maschinellen Lernens, die auf künstlichen neuronalen Netzen basiert und komplexe Muster in großen Datensätzen erkennen kann.

Diffusion Models: Eine Art von generativem KI-Modell, das Bilder erzeugt, indem es schrittweise Rauschen aus zufällig generierten Pixeln entfernt.

E

Ethische KI: Der Ansatz, KI-Systeme unter Berücksichtigung ethischer Prinzipien wie Fairness, Transparenz und Verantwortlichkeit zu entwickeln und einzusetzen.

G

Generative Adversarial Networks (GANs): Ein KI-Modell, bei dem zwei neuronale Netze gegeneinander antreten, um realistische synthetische Daten zu erzeugen.

Generative KI: KI-Systeme, die in der Lage sind, neue, originelle Inhalte wie Text, Bilder oder Videos zu erzeugen.

H

Hyper-Personalisierung: Die Nutzung von KI und Echtzeit-Daten, um hochgradig kontextbezogene und individualisierte Inhalte oder Produkte für Kunden zu erstellen.

K

Künstliche Intelligenz (KI): Die Simulation menschlicher Intelligenz in Maschinen, die programmiert sind, um wie Menschen zu denken und ihre Aktionen nachzuahmen.

M

Machine Learning: Ein Teilbereich der KI, der es Computersystemen ermöglicht, aus Erfahrungen zu lernen und sich zu verbessern, ohne explizit programmiert zu werden.

N

Natural Language Processing (NLP): Ein Zweig der KI, der sich mit der Interaktion zwischen Computern und menschlicher Sprache befasst.

Neuronales Netzwerk: Ein Computersystem, das nach dem Vorbild des menschlichen Gehirns modelliert ist und aus miteinander verbundenen Verarbeitungseinheiten (Neuronen) besteht.

P

Predictive Analytics: Die Nutzung von Daten, statistischen Algorithmen und Machine-Learning-Techniken, um die Wahrscheinlichkeit zukünftiger Ergebnisse basierend auf historischen Daten vorherzusagen.

Q

Quantencomputing: Eine Form des Computings, die die Prinzipien der Quantenmechanik nutzt, um bestimmte Arten von Berechnungen viel schneller durchzuführen als herkömmliche Computer.

R

Reinforcement Learning: Eine Art des maschinellen Lernens, bei der ein KI-Agent durch Versuch und Irrtum in einer bestimmten Umgebung lernt, um eine Belohnung zu maximieren.

ROI (Return on Investment): Eine Kennzahl zur Messung der Rentabilität einer Investition, in diesem Kontext oft verwendet, um den Erfolg von KI-Implementierungen zu bewerten.

T

Text-to-Speech (TTS): Technologie, die geschriebenen Text in gesprochene Sprache umwandelt.

Transfer Learning: Eine Methode im maschinellen Lernen, bei der ein für eine Aufgabe entwickeltes Modell als Ausgangspunkt für ein Modell für eine zweite Aufgabe verwendet wird.

V

Virtual Reality (VR): Eine computergenerierte Simulation einer dreidimensionalen Umgebung, mit der eine Person durch spezielle elektronische Geräte interagieren kann.

Voice Cloning: Die Erstellung einer synthetischen Version der Stimme einer natürlichen Person mithilfe von KI-Technologie.

Quellen

Reder, Bernd. 2024. Henkel erstellt mit KI Marketing-Inhalte. [Online] 16. April 2024. <https://tinyurl.com/s2cdjnm4>.

Thomas, Dorothée. 2024. Der Einsatz von KI in der deutschen Modelandschaft und ihre Chancen. [Online] 5. Februar 2024. <https://tinyurl.com/4y9vjaja>.

Watts, Rob. 2023. Wie Unternehmen künstliche Intelligenz (KI) im Jahr 2024 nutzen. [Online] 11. September 2023. <https://tinyurl.com/323fytzn>.

Die Bilder enthalten KI-generierte Anteile.

Über den Autor

Prof. Fabian Sippel ist zusammen mit seinem Kompagnon Mario Riethmüller Gründer und geschäftsführender Inhaber der Werbe- und Kommunikationsagentur klartxt in Hannover. Er lehrt seit 2020 an der Diploma – University of Applied Sciences am Studiengang „Technisches Informationsdesign und Technische Redaktion“. Im Jahr 2022 wurde Fabian Sippel durch das Bundesland Hessen berufen. Im Rahmen seiner Expertise betreut er internationale und nationale Projekte mit verschiedenen Themenschwerpunkten (Gen KI, Internet und Digitales, Marketing und Beratung, Kommunikation und Redaktion).



Impressum

klartxt GmbH
Landschaftstraße 2
30159 Hannover

Kontakt:
Telefon: +49 (0) 511 / 23 555 650
Telefax: +49 (0) 511 / 23 555 630
E-Mail: info@klartxt.de

Redaktion:
Lutz Worat

Layout:
Vanessa Bönnighausen,
Kim Foken, Marcus Mientus

Besser prompten mit dem klartxt SCHLÜSSEL!

Die Kommunikation mit KI-Systemen geschieht über Text- oder Spracheingaben, den sogenannten Prompts. Je präziser und konkreter die Prompts formuliert sind, desto besser fallen die von ChatGPT & Co. gelieferten Ergebnisse aus. Bis zu neun Dimensionen sind beim Prompt Engineering zu berücksichtigen.

Klingt kompliziert, ist es auch. Aber mit dem klartxt-Zauberwort SCHLÜSSEL formulierst du ganz einfach wirkungsvolle Prompts zum Beispiel für die Texterstellung mit KI:



- So funktioniert:**
- In der Spalte „Prompt“ die Kriterien für jede Dimension, die berücksichtigt werden soll, möglichst präzise und vollständig festlegen
 - Anschließend die gesamte Spalte ins Eingabefeld der KI kopieren

		S	C	H	L	Ü	S	S	E	L
		Struktur	Content	Hauptziel	Leser	Übersicht	Schreibweise	Schauplatz	Expansion	Leitung
Kriterien	Prompt	Angaben zum Aufbau des Textes (z. B. Kapiteleinteilung, Überschriftengliederung, Tabellen usw.)	Thema, Gegenstand, Inhalt des Textes; Infos zu Hintergrund und Kontext	Angaben, was mit dem Text bezweckt wird und worin das Kommunikationsziel liegt (z. B. Unterhaltung, Information, Bildung, Setzen von Kaufanreizen usw.)	Angaben zur Leserschaft und deren Eigenschaften, Vorlieben, Erwartungen usw.	Angaben zur Art des Textes: Textsorte, Stilniveau, Schwierigkeitsgrad usw.	Angaben zu besonderen Schreibweisen, Verwendung von Abkürzungen und Fachtermini, gendersensible Schreibweisen, Genre- oder Stilbeispiele, Temperatur usw.	Angaben, wo und wie der Text verwendet wird; z. B. Social Media, Blog, Fachzeitschrift, Kinderbuch, Rezeptsammlung, Bedienungsanleitung usw.	Angaben zu Länge/ Umfang des Textes, z. B. in Zeichen, Wörtern oder Token	Angaben zur Rolle, die die KI als Verfasser einnehmen soll
		So soll der Text aufgebaut sein:	Das soll im Text vorkommen:	Der Zweck des Textes besteht darin:	Das sind die Leserinnen und Leser des Textes:	Der Text soll:	Auf folgende Punkte musst du achten:	Der Text soll publiziert werden als:	Die maximale Länge des Textes beträgt:	Du bist: