

KI

für Kreative

Künstliche Intelligenz für
Grafik und Design nutzen

- > Möglichkeiten und Risiken von generativer KI
- > KI für Konzeption, Ideenfindung, Gestaltung und Bildbearbeitung
- > Midjourney, DALL-E, ChatGPT, Adobe Firefly u. a. im Praxiseinsatz

JENNY HABERMEHL

2. Auflage

/imagine workshop
laptop, AI as a sandb
AI has an impact on
and colorful, make i



/imagine colorful future design
cinematic -- ar 16:9 -- stylize 20

 **Rheinwerk**
Design

KI als Ideenmaschine

Kommen wir nun zur Praxis! In diesem Abschnitt werden wir die Rolle der KI als »Ideenmaschine« erkunden und wie sie als Katalysator für Kreativitätstechniken der nächsten Generation dienen kann. Wir werden ausprobieren, wie KI uns dabei helfen kann, über den Tellerrand hinauszudenken, indem sie uns dabei unterstützt, neue und unerwartete Verbindungen zwischen scheinbar unzusammenhängenden Ideen zu ziehen. KI hat das Potenzial, unsere kreativen Prozesse zu transformieren und zu erweitern und uns immer wieder zu inspirieren.

Bild generiert mit Stable Diffusion über DreamStudio



KI als Ideenmaschine, hier visualisiert im Steampunk-Look. Die vielen Rädchen und Knöpfe wirken geheimnisvoll und sollen die vielen Möglichkeiten von KI aufzeigen. Aber es zeigt auch die Komplexität, und man muss verstehen und wissen, wann man welches »Knöpfchen« drücken und welches »Rädchen« wie drehen muss, damit man zum gewünschten Ergebnis kommt.

Klassische Kreativitätstechniken

Für Kreative sind Kreativitätstechniken wertvolle Werkzeuge, die helfen können, den kreativen Prozess zu strukturieren und zu verbessern. Sie können dazu beitragen, kreative Blockaden zu überwinden, neue Perspektiven und Ideen zu generieren und die Qualität der kreativen Arbeit zu verbessern. Sie können auch dazu beitragen, die Zusammenarbeit und das kreative Denken in Teams zu fördern. In diesem Abschnitt wollen wir uns verschiedene Kreativitätstechniken anschauen, und ich werde Ihnen ein paar Impulse geben, wie Sie diese mit Hilfe von KI auf das nächste Level bringen können.

Hier ein paar beispielhafte, klassische Kreativitätstechniken, die wir gleich mit den Möglichkeiten der KI verbinden werden:

- **Assoziationen:** Verknüpfung von Ideen oder Gedanken, die auf den ersten Blick nicht zusammengehören.
- **Zufallsprinzip:** Einführung unerwarteter Elemente oder Ideen in den Denkprozess.
- **Brainstorming:** Einzel- oder Gruppenmethode, bei der alle Teilnehmer*innen frei Ideen äußern, ohne sie zu bewerten.
- **Provokationstechnik:** Absichtliche Einführung von störenden oder unerwarteten Gedanken, um neue Perspektiven zu gewinnen.
- **6 Denkhüte:** Systematischer Ansatz, bei dem sechs verschiedene »Hüte« für verschiedene Denkartens stehen, die nacheinander »aufgesetzt« werden.
- **Kopfstandmethode:** Betrachtung eines Problems aus einer entgegengesetzten Perspektive, indem man überlegt, wie man das Gegenteil des gewünschten Ergebnisses erreicht.
- **Die Alphabettechnik:** Generierung von Ideen anhand der Buchstaben des Alphabets als Anfangsbuchstaben verschiedener Begriffe zum Thema.
- **Analogietechnik und »Querdenken«:** Verknüpfung eines bekannten Konzepts mit einem neuen, um frische Ideen zu gewinnen. Dieses Vorgehen ähnelt der Assoziationstechnik.
- **Advocatus Diaboli:** Eine Person übernimmt bewusst die Rolle des Kritikers, um mögliche Schwachstellen aufzudecken.
- **Walt-Disney-Methode:** Drei verschiedene Rollen (Träumer, Realist und Kritiker) werden nacheinander eingenommen, um Ideen von verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten.
- **Was-wäre-wenn-Technik:** Hypothetische Fragen stellen, um die Grenzen des Denkens zu erweitern.
- **Perspektivwechsel:** Betrachtung eines Problems oder einer Situation aus der Sicht einer anderen Person oder eines anderen Standpunkts.

Einige Kreativitätstechniken funktionieren am besten, indem man sie mit mehreren Personen durchführt und einen Perspektivwechsel erreicht, um an neue Ideen und Impulse zu kommen. Doch das ist nicht immer möglich, weil man z.B. alleine und selbstständig arbeitet oder im Homeoffice sitzt und trotzdem

Im hektischen Alltag geraten diese sehr nützlichen Techniken leider immer mehr in Vergessenheit.

neue Ideen entwickeln muss. Im hektischen Alltag geraten diese sehr nützlichen Techniken leider immer mehr in Vergessenheit. Zwar gibt es Meetings mit Brainstormings, und es wird auch mal die eine oder andere Mindmap erstellt, aber selten habe ich es erlebt, dass man tatsächlich mit den zahlreichen anderen Kreativitätstechniken arbeitet. Sie kosten natürlich etwas Zeit, aber der Kreativitätsprozess benötigt Zeit, um gute Ideen hervorzubringen, die nicht offensichtlich und austauschbar sind.



Wie sieht Ihr Kreativprozess aus? Vielleicht könnte KI hier etwas »Ordnung« hineinbringen.

KI und Kreativitätstechniken miteinander verbinden

Als Beispielprojekt nehmen wir eine Werbekampagne für einen Verlag, der Bücher für Kreative veröffentlicht. Doch bevor wir uns in die Ideen stürzen, brauchen wir zunächst ein Briefing. Daher habe ich ChatGPT etwas Input gegeben und ein Briefing erstellen lassen, das wir als Basis für die Kreativitätstechniken nutzen können. Im jetzt folgenden Praxisbeispiel werden Sie sehen, wie Sie mit Hilfe von LLMs wie ChatGPT solche Kreativbriefings erstellen können. Danach sehen wir uns ein paar Möglichkeiten an, wie sich diese Modelle für die Ideenfindung nutzen lassen. Diese können Sie dann auf alle möglichen Techniken und Methoden adaptieren (oder von ChatGPT adaptieren lassen). ChatGPT wurde von mir ebenfalls genutzt, um diese Beispiele generieren zu lassen.

Grobes Briefing zur Übung

Entwickle eine Werbekampagne für einen Verlag, der Bücher für Kreative veröffentlicht. Hier soll der Vorteil von Büchern in dieser schnellen und sich ständig ändern Welt vermittelt werden. Die Kampagne soll in den Printmedien auf Plakaten und in Anzeigen von Designzeitschriften erscheinen sowie auf der Webseite des Verlags und in den sozialen Medien. Dazu brauchen wir starke Headlines, eine kreative Message, die die Zielgruppe Kreative, Designer*innen und alle, die es werden möchten, anspricht. Diese sind gerade in Zeiten von KI verunsichert und brauchen Hilfe, sich in dieser schnellen Welt besser zurechtzufinden. Daher bietet der Verlag passende Fachbücher zu wichtigen und zukunftsfähigen Themen an. Die Bücher gibt es sowohl als Printversion als auch als E-Book, das möchte der Verlag hervorheben.

PRAXIS

Kreativbriefing mit ChatGPT

Ein Briefing hilft allen Beteiligten, das Projekt besser zu erfassen und zielgerichtet zu arbeiten. Daher brauchen wir so viele Informationen wie möglich, um das Projekt zu kalkulieren und auch durchzuführen. Hier habe ich ChatGPT-4 ein recht vages Briefing gegeben. Wenn Sie eine gewisse Vorlage haben, mit der Sie Briefings erstellen, dann können Sie diese ChatGPT zur Verfügung stellen und dann so viel Input wie möglich geben, damit die KI diesen Input in die Form Ihrer Briefingvorlage bringen kann. Das spart Zeit und hilft Ihnen beim Finden von Schwachstellen und Wissenslücken, wenn die KI etwas nicht korrekt verstanden oder erfasst hat.



prompt

Schreibe mir ein detailliertes Kreativbriefing für eine Werbekampagne für einen Verlag, der Bücher für Kreative veröffentlicht. Hier soll der Vorteil von Büchern in dieser schnellen und sich ständig ändernden Welt vermittelt werden. Die Kampagne soll in den Printmedien auf Plakaten und in Anzeigen von Designzeitschriften erscheinen sowie auf der Webseite des Verlags und in den sozialen Medien. Dazu brauchen wir starke Headlines, eine kreative Message, die die Zielgruppe Kreative und alle, die es werden möchten, anspricht. Diese sind gerade in Zeiten von KI verunsichert und brauchen Hilfe, sich in dieser schnellen Welt besser zurechtzufinden. Daher bietet der Verlag passende Fachbücher zu wichtigen und zukunftsfähigen Themen an. Die Bücher gibt es sowohl als Printversion als auch als E-Book, das möchte der Verlag hervorheben. Wie könnte das Briefing für eine Werbeagentur aussehen? Was muss enthalten sein? Bitte bringe bereits Ideen für weitere Werbemaßnahmen mit hinein.

ChatGPT generiert mir jetzt eine schöne Zusammenfassung nach den wichtigsten Punkten. Hier folgen nun Auszüge aus dem Text, die wir für die Ideengenerierung gebrauchen könnten.

Ziel der Kampagne: Vermarktung von Fachbüchern (sowohl in Print als auch als E-Book) des Verlags, die Kreativen, Designerinnen und an gehenden Designern dabei helfen, sich in einer sich schnell verändernden, von KI dominierten Welt zurechtzufinden.

Zielgruppe

- Kreative und Designer*innen sämtlicher Altersgruppen
- Studierende in kreativen Fachbereichen
- Interessierte, die sich in der Designwelt weiterbilden wollen

Kernbotschaft: »In einer sich ständig ändernden digitalen Welt sind Bücher dein Anker. Sie bieten tiefe Einsichten, anhaltende Werte und ein Fundament, um Neues zu schaffen.«

Headline-Vorschläge

- »Bücher: Deine Waffe im Zeitalter der KI.«
- »In der Geschwindigkeit der Digitalisierung findest du im Buch die Tiefe.«
- »Deine Kreativität braucht Wurzeln. Finde sie in Büchern.«

USP (Alleinstellungsmerkmale)

- Fachbücher zu wichtigen und zukunftsfähigen Themen
- Verfügbarkeit als Print und E-Book
- Speziell für Kreative konzipiert, um ihnen in dieser sich ständig ändernden Welt Orientierung zu bieten

Werbemaßnahmen und Aktionen

- **Influencer-Kooperation:** Partner*innen aus der Kreativ- und Designszene könnten die Bücher rezensieren und ihre Gedanken auf sozialen Medien teilen.
- **Gewinnspiel:** Verlosung signierter Ausgaben oder exklusive Workshops mit den Autorinnen und Autoren.
- **Leseproben:** Kostenlose Kapitel der Bestseller als Teaser und zur Verbreitung über Social Media.
- **Webinar-Serie:** Veranstaltung einer Webinar-Reihe mit den Autorinnen und Autoren, in der aktuelle Themen aus den Büchern besprochen werden.
- **Interaktive Website-Features:** Einführung einer Funktion, bei der Benutzer ein paar Fragen beantworten und Buchempfehlungen basierend auf ihren Interessen erhalten.
- **Augmented Reality (AR) Poster:** Eine interaktive Plakatkampagne, bei der Nutzer mit ihrem Smartphone AR-Elemente erkunden können, die mit dem Buchinhalt verbunden sind.

Das sind jetzt alles noch keine großen Würfe, aber ChatGPT hat das Wichtigste erfasst, erste Ideen geliefert, und wir haben eine Basis, mit der wir arbeiten können. Wir können ChatGPT vertiefende Fragen stellen und Ideen damit weiterentwickeln. Bis zu einer gewissen Zeit merkt sich die KI den Chatverlauf, ansonsten können wir uns auch den Input abspeichern und ihr später wieder zur Verfügung stellen.



prompt Headlines 2 und 3 haben Potenzial. Mir gefällt die Assoziation mit der Tiefe, aber auch den Wurzeln. Kannst du daraus noch weitere Ideen entwickeln? Denke um die Ecke, es darf phantasievoll und kreativ sein.

Damit gebe ich der KI jetzt zu verstehen, dass sie mir weitere Ideen zu ihren Vorschlägen liefern soll. Hier die Highlights:

Wasserquelle in der Wüste: »In der Wüste der Überinformation sind Bücher deine erfrischende Oase.«

Wurzeln und Flügel: »Bücher geben deiner Kreativität Wurzeln und deinen Ideen Flügel.«

Navigation durch die Tiefsee: »Mit Büchern navigierst du sicher durch den Ozean der Informationen.«

Die KI hat hier ganz von alleine bereits Assoziationen erschaffen, mit denen wir arbeiten könnten. Dabei werden hier drei Bildwelten eröffnet: die der Wüste, der Natur und der Tiefsee.

Bringen wir die Beschreibung der Bildwelten in die bildgenerierenden KIs, können wir bereits schauen, wie die Visualisierung der Ideen aussehen könnte. Dabei beschränke ich mich auf die Ideen mit der Tiefsee und der Wüste. Die nächsten Seiten zeigen die Prompts zu den Ideen und ihre Ergebnisse. Es hat etwas Zeit gekostet, die Prompts anzupassen, um ungefähr das zu erhalten, was ich mir auf Basis der Ideen von ChatGPT vorgestellt habe. Diese Bilder können nun dazu dienen, die Ideen weiterzuentwickeln oder passende Headlines und Texte dafür zu finden. Sie sind natürlich keine fertigen Kampagnenvisuals.

Solch ein schneller Einstieg kann helfen, eine Richtung zu finden und sich langsam in das Thema einzufinden. ChatGPT kann aber auch genutzt werden, um ein möglichst detailliertes Briefing zu erstellen.



prompt A human walking in a grey desert of information. There is a spring in front of the human, made out of books, like a oasis with colors and beauty.





prompt a bright and colorful sailing ship built from books, not from wood, with sails made out of book pages, navigating through the rough deep sea on the ocean, 3D-rendering, high detail --ar 16:9



In die Tiefe gehen

Eine tiefere Auseinandersetzung mit dem Thema kann folgender Prompt bringen.

 **prompt** Schreibe mir ein detailliertes Kreativbriefing für eine Werbekampagne für einen Verlag, der Bücher für Kreative veröffentlicht. Hier soll der Vorteil von Büchern in dieser schnellen und sich ständig ändernden Welt vermittelt werden. Stelle mir dazu mindestens 15 Fragen zum Kunden und zur Kampagne, mit denen du das Briefing für eine Designagentur erstellen wirst.

Die Anzahl der Fragen kann natürlich variiert werden. Das kann helfen, das Projekt noch näher zu beschreiben, um damit noch bessere und passendere Ergebnisse zu erhalten, wenn es um die Ideengenerierung geht. Vielleicht ist auch mit dem Briefing, das folgt, klar, was zu tun ist, und der Prozess geht ohne KI weiter. Hier die Ergebnisse aus dem Prompt:

Hintergrund

Der Verlag spezialisiert sich auf die Veröffentlichung von Büchern für Kreative. In einer Zeit, in der Informationen in Sekundenschnelle über digitale Medien zugänglich sind, möchte der Verlag den Wert und die Relevanz von Büchern für Kreative hervorheben.

Ziel der Kampagne

Die Kampagne soll die Vorteile von Büchern in dieser schnellen und sich ständig ändernden Welt vermitteln. Sie soll zeigen, dass trotz der Digitalisierung Bücher eine wichtige Rolle in der kreativen Bildung und Inspiration spielen.

Zielgruppe

Kreative Personen, Designer, Künstler, Schriftsteller, Fotografen, Architekten und alle, die sich in kreativen Berufen oder Hobbys engagieren.

Fragen zum Kunden und zur Kampagne

1. Welche spezifischen Bücher oder Buchgenres veröffentlicht der Verlag hauptsächlich?
2. Was unterscheidet den Verlag von anderen Verlagen, die ähnliche Bücher veröffentlichen?
3. Welche Altersgruppe und demografischen Merkmale zeichnen die Hauptzielgruppe des Verlags aus?
4. Welche Emotionen und Botschaften möchte der Verlag mit der Kampagne vermitteln?

Aus solchen Fragen kann eine Briefingvorlage erstellt werden, die dabei hilft, sich tiefer in das Projekt einzuarbeiten.

Expertenrolle einnehmen

Wir können ChatGPT auch eine Expertenrolle zuweisen und der KI sagen, wie sie sich verhalten soll.

 **prompt** Du bist eine Kreativ- und Designagentur, spezialisiert auf neue und unerwartete Ideen für deine Kunden. Du entwickelst kreative Konzepte für Werbekampagnen und das Corporate Design der Kunden. Im Folgenden werde ich dir ein Briefing für einen Auftrag geben, den du mit weiteren Fragen an mich zu dem Projekt ergänzt und dann daraus Ideen für den Kunden entwickelst.

Die KI bringt hier schon erste Ideen, aber stellt auch noch spannende Fragen, wie:

1. Gibt es spezifische Bücher oder Autoren, die in der Kampagne hervorgehoben werden sollen?
2. Welche Erfahrungen oder Geschichten von bisherigen Lesern könnten in die Kampagne integriert werden?
3. Welche technischen Möglichkeiten bietet die Webseite des Verlags für interaktive Features?

4. Gibt es bereits Daten oder Feedback, das zeigt, wie Kreative von den Büchern des Verlags profitiert haben?
5. Welche Social-Media-Plattformen nutzt der Verlag am aktivsten?

Kernbotschaften entwickeln und visualisieren (lassen)

Im Laufe des Dialogs können Sie sich von ChatGPT nun Kernbotschaften der Kampagne entwickeln lassen. Hier sehen Sie ein paar Ergebnisse:

1. Bücher als Anker in einer sich schnell verändernden Welt.
2. Fachwissen für die Zukunft – heute zugänglich.
3. Print oder E-Book: Wähle deinen Weg zur Kreativität.

Mit dem Update auf die Version 4 und der Ergänzung von DALL-E 3 direkt in ChatGPT können Sie sich nun auch direkt Visualisierungen zu den Kernbotschaften entwickeln lassen. Ich habe die erste Botschaft ausgewählt, weil mir die Analogie eines Ankers sehr gut gefallen hat. Zwei dieser Bilder möchte ich Ihnen auf den folgenden Seiten zeigen, inklusive Prompt, den ChatGPT gleich mitliefert.

Foto eines alten Bibliotheksraums

Ein alter, holzgetäfelter Bibliotheksraum wird gezeigt. Dunkle, hohe Bücherregale sind mit antiken Büchern gefüllt. Eine Frau mittleren Alters mit asiatischer Abstammung sitzt in einem bequemen Sessel und liest konzentriert ein Buch. Um sie herum wirbeln abstrakte Formen und Farben, die das Chaos und die Schnelligkeit der modernen Welt darstellen. Das Licht aus dem Buch scheint hell und strahlt Ruhe aus,

wodurch die umgebenden turbulenten Formen gedämpft werden.

Illustration eines Leuchtturms aus Büchern

Ein großer Leuchtturm, gebaut aus gestapelten Büchern unterschiedlicher Größen und Farben, steht fest auf einem Felsen inmitten eines stürmisichen Meeres. Die Wellen repräsentieren die Veränderungen und Unsicherheiten der Welt. Ein junger Mann afrikanischer Abstammung steht am Fuße des Leuchtturms und blickt hinauf, während er ein Buch in der Hand hält. Der Lichtstrahl des Leuchtturms weist ihm den Weg durch die Dunkelheit.

Die Prompts habe ich im Laufe des Chats noch verändert. Änderungswünsche können via Chat einfach und schnell eingebracht werden, ohne immer wieder von vorne zu beginnen. Die Integration von DALL-E 3 innerhalb von ChatGPT ist zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Buchs noch nicht perfekt ausgereift. Aber die Ergebnisse sind vielversprechend, und das Prompten via Chat ist sehr angenehm und benötigt kaum ein spezielles Vokabular, um das gewünschte Ergebnis zu erhalten.

Sie können natürlich die Prompts von ChatGPT nutzen und sie auf andere KI-Modelle anpassen, die gelieferten Ideen als Inspiration verwenden und selbst an die Umsetzung gehen oder die generierten Bilder im Abstimmungsprozess nutzen.

Am Ende steht immer die Entscheidung des Nutzers oder der Nutzerin dieser Technologie, wie die Ergebnisse verwendet werden sollen. Die Ergebnisse mögen auf den ersten Blick erstaunlich sein, aber ob diese nun auch zielgruppengerecht sind, muss am Ende der Mensch selbst entscheiden.



prompt Ein alter Bibliotheksraum, in dem eine Frau europäischer Abstammung ein Buch liest, während sich die Welt um sie herum in schnellem Tempo verändert.





prompt Eine Illustration eines Leuchtturms, der aus Büchern besteht, mit einem jungen Mann afrikanischer Abstammung, der hinaufblickt.



Beispiele für Prompts mit Kreativitätstechniken

Experimentieren Sie mit Hilfe dieser Prompts, oder überlegen Sie sich eigene Fragen.



Assoziationen Denke an Wörter, die du mit einem traditionellen Buch assoziierst, und verbinde sie mit der modernen, schnelllebigen digitalen Welt. Erstelle eine Headline für eine Werbekampagne für den Verlag.



Zufallsprinzip Integriere das Wort »Galaxie« in eine Werbebotschaft, die den Vorteil von Büchern in unserer heutigen Welt betont.



Provokationstechnik Wenn Bücher das einzige Mittel wären, um Wissen zu erhalten, wie würdest du deren Bedeutung in einer Werbekampagne darstellen?



6 Denkhüte Unter dem »weißen Hut« (faktenbasiert): Wie würdest du die Vorteile von E-Books und Printbüchern nebeneinander darstellen? Unter dem »schwarzen Hut« (kritisch): Welche Bedenken könnten Kreative bezüglich KI haben und wie könnten Bücher diese adressieren?



Kopfstandmethode Wenn du eine Kampagne gegen digitales Lernen erstellen würdest, welche Argumente würdest du hervorheben? Kehre diese Argumente dann um, um die Vorteile von Büchern in der digitalen Welt zu betonen.



Die Alphabettechnik Erstelle eine Werbebotschaft, die mit den Buchstaben »A–Z« beginnt und die Vorteile von Printbüchern und E-Books hervorhebt.



Analogietechnik und Querdenken Wie würdest du Bücher als »Leuchttürme« in der »stürmischen See« der digitalen Informationen darstellen?



Advocatus Diaboli Welche Kritik könnte jemand an der Nutzung von Büchern in einer digitalen Ära äußern? Erstelle eine Antwort darauf in Form einer Werbebotschaft.



Walt-Disney-Methode Als »Träumer«: Wie sieht die ideale Werbekampagne aus? Als »Realist«: Wie kann diese Vision praktisch umgesetzt werden? Als »Kritiker«: Welche möglichen Schwachstellen gibt es in dieser Kampagne?



Was-wäre-wenn-Technik Was wäre, wenn Bücher die einzige Quelle der Weisheit wären? Erstelle eine Werbebotschaft, die diese Vorstellung nutzt.



Perspektivwechsel Wie würdest du die Bedeutung von Büchern aus der Perspektive eines KI-Entwicklers darstellen, der die Wichtigkeit von traditionellem Wissen schätzt?

KI in der Ideenfindung: weitere Techniken

Sie haben nun einige Ideen kennengelernt, wie KI in der Ideenfindung genutzt werden kann. Natürlich sind auch hier die Möglichkeiten unbegrenzt, daher möchte ich noch ein paar selbst erprobte Prompts teilen, die Sie wiederum nach Belieben anwenden und anpassen können. Das Internet ist voll von Tipps für Prompts. Hier gilt es auszuprobieren, was für Sie am besten funktioniert.

Tipp für bessere Ergebnisse

Sie können auch Kampagnenbriefing, Persona und Motivideos vorher im Chat posten und dann verschiedene Techniken wie den Perspektivwechsel anwenden. Die KI merkt sich bis zu einem gewissen Grad, was im Laufe eines Chatverlaufs besprochen wird. Je mehr Informationen Sie vorher liefern, desto besser werden die Ergebnisse.

Perspektivwechsel

»Betrachte XY aus der Sicht von ...«. Lassen Sie ChatGPT und Co. einen Text, eine Idee oder ein Konzept aus der Sicht einer ganz bestimmten Person analysieren, um einen ganz neuen, aber auch durch die Person gesteuerten Blick auf die Dinge zu erhalten. Das funktioniert nicht nur mit sehr bekannten Personen. Sie können natürlich eine Person detailliert beschreiben – wie z.B. eine Persona aus der Zielgruppe oder einen Experten – und ChatGPT dann durch deren Augen blicken lassen. Zusätzliche Informationen, welche Aspekte bei der Betrachtung wichtig sind, können die Ergebnisse noch verbessern.



prompt Betrachte die Kampagnen-Headline »Bücher als Anker in einer sich schnell verändernden Welt« und die Motivideo [hier Idee einfügen] aus der Sicht von [hier Persona einfügen], und prüfe diese auf ihre Originalität sowie den möglichen Eindruck, den die Kampagne auf die Person haben kann.

Weitere Ideen für Aspekte zur Betrachtung sind: Risiken, Machbarkeit, Kosteneinschätzung, Emotionen, Ethik, Bildung, Zeitplan, Sozialverhalten, Zugänglichkeit, Zukunftsplanning, Kultur, Gesundheit, Technologie, Recht, Umwelt, Motivation, Anpassungsfähigkeit, Sicherheit, Finanzen, Intuition, Kreativität, Kommunikation, Mobilität, Tradition, Innovation, Identität, Vertrauen usw.

Perspektivwechsel mit character.ai

Sie möchten mit Albert Einstein über Ihr Kampagnenkonzept plaudern, während Ihnen Elon Musk Feedback zu Ihrem Businessmodell gibt? Mit *beta.character.ai* ist dies nun möglich. Alles KI und fiktiv, aber sehr unterhaltsam.

PRAXIS

Kreativtechniken mit ChatGPT (und Midjourney)

Schauen wir uns ein paar der bereits beschriebenen Kreativtechniken in der Praxis an. Dazu gebe ich ChatGPT einige Hintergrundinformationen und eine grobe Aufgabenbeschreibung. Sie können dann, wenn Sie das Kreativbriefing mit ChatGPT durchgeführt haben, im selben Chat fortfahren oder alternativ das Briefing in einem neuen Chat ergänzen.



Basisprompt Du bist eine Kreativagentur und ein neuer Kunde kommt zu dir und möchte sein neues Produkt bewerben. Folgende Infos habe ich bereits gesammelt:

Kunde: Familiengeführtes Teehaus aus Hamburg Altona

Zielgruppe: Alter (18–45 Jahre), Teeliebhaber und experimentierfreudige Verbraucher, die Wert auf natürliche Zutaten und einzigartige Erlebnisse legen

Produkt: Blühender Eistee mit exotischen Fruchtaromen und essbaren Blüten, die sich im Glas entfalten

Aufgabe: Ein familiengeführtes Teehaus aus Hamburg Altona hat ein neues Produkt entwickelt: einen blühenden Eistee mit exotischen Fruchtaromen und essbaren Blüten, die sich im Glas entfalten. Erstelle ein Briefing für eine Werbekampagne, die das Teehaus als Quelle einzigartiger und hochwertiger Tee-Erlebnisse positioniert und gleichzeitig das innovative Produkt als Highlight herausstellt. Die Kampagne soll die Zielgruppe ansprechen, insbesondere Teeliebhaber und experimentierfreudige Verbraucher, die Wert auf natürliche Zutaten und außergewöhnliche Erlebnisse legen.

Nun ergänze ich den Prompt mit der Aufgabe, Ideen für ein Plakatdesign in Verbindung mit einer Kreativtechnik zu entwickeln.



Assoziationstechnik

Erstelle kreative Ideen für ein Plakatdesign für einen blühenden Eistee mit exotischen Fruchtaromen und essbaren Blüten, indem du unerwartete Wörter und Konzepte kombinierst. Nimm das Hauptthema 'Blühender Eistee' und füge zufällige Wörter hinzu. Beschreibe für jedes Wort eine einzigartige Plakatidee mit Headline, indem du das Konzept des blühenden Eistes mit dem zufälligen Wort verknüpfst und spezifische Design-Elemente nennst, die verwendet werden sollen.

ChatGPT generiert anschließend einige Ideen, von denen ich hier einen Favoriten zeige:

Sternenhimmel

Headline: »Ein Schluck, der Sterne zum Blühen bringt.« **Plakatidee:** Das Plakat zeigt ein dunkles Nachthimmel-Szenario, in dem Sterne in Form von Teeblumen aufleuchten. Die essbaren Blüten des Eistes schweben im Glas wie leuchtende Sternbilder. Der Hintergrund ist tiefblau mit funkelnden Sternen, und das Glas steht auf einem Felsen, der wie ein Planet geformt ist. Ein leichter Nebel umgibt das Glas und verleiht dem Ganzen eine magische, kosmische Atmosphäre.

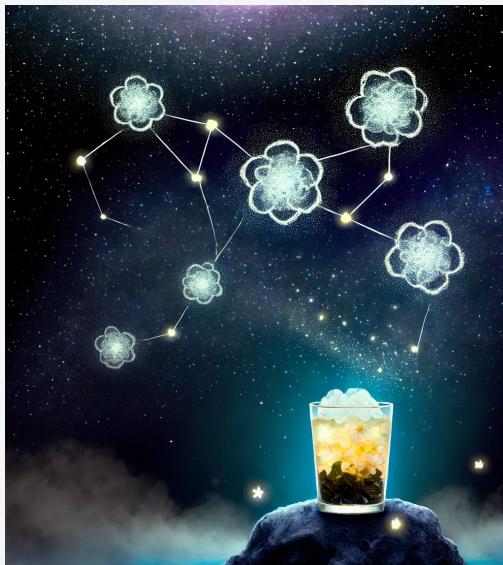
Diese Idee möchte ich gleich umsetzen lassen und bitte ChatGPT, mir ein Bild daraus zu generieren (oder für alle mit der kostenlosen Variante, einfach den Prompt generieren zu lassen).



prompt

Bitte zeige mir Idee Sternenhimmel als Plakatentwurf. Beschränke dich dabei nur auf das Motiv ohne Text.

ChatGPT generiert mir ein passendes Bild und einen Prompt.



Die Idee ist gut, aber die Umsetzung schwächtelt. Interessanter ist der Bildprompt, den ChatGPT generiert.

Um an den Bildprompt zu kommen, klicke ich auf das Bild, um es zu vergrößern und anschließend auf das »i«-Icon oberhalb des Bildes, um den Prompt zu kopieren (siehe auch Kapitel 5).

ChatGPT hat folgenden Prompt für das Bild entwickelt, den ich 1:1 in Midjourney kopiere:

 **prompt** A captivating poster design featuring a dark night sky as the background, with stars forming constellations that resemble blooming tea flowers. The tea flowers are luminous, glowing softly as if they are the stars themselves. In the foreground, a glass of blooming iced tea is placed on a rock that looks like a small planet. From the glass, light and tiny stars emanate, connecting the drink with the celestial flowers above. A gentle mist surrounds the glass, adding a mystical, cosmic atmosphere to the overall scene. The color palette consists of deep blues, soft whites, and a hint of warm light from the stars and the tea.



Der Prompt wurde von Midjourney sehr ansprechend umgesetzt und könnte tatsächlich als Basis für eine Plakatidee dienen.

So kommen Sie schnell und einfach an sehr gut beschreibende Prompts und in Verbindung mit Kreativtechniken zu neuen und inspirierenden Ideen, die Sie sich gleich visualisieren lassen können, um direkt zu prüfen, ob die Idee funktionieren könnte.

Probieren wir es noch mit einer meiner Lieblings-Kreativtechniken aus:



Provokationstechnik Erstelle kreative Ideen für ein Plakatdesign für einen blühenden Eistee mit exotischen Fruchtaromen und essbaren Blüten, indem du die Provokationstechnik anwendest. Füge absichtlich störende oder unerwartete Gedanken ein, um neue Perspektiven zu gewinnen. Beschreibe für jede provokative Idee eine einzigartige Plakatkonzession mit Headline, indem du das Konzept des blühenden Eistes mit dem unerwarteten Gedanken verknüpft und spezifische Design-Elemente nennst, die verwendet werden sollen.

Hier eines der Ergebnisse, das mich am meisten fasziniert hat:

Provokation: »Ein Eistee, der brennt«

Headline: »Das Feuer der Blüten – Eistee mit einem Twist.« **Plakatidee:** Das Plakat zeigt ein Glas Eistee, aus dem Flammen aufsteigen, die in Form von Blüten gestaltet sind. Statt zu verbrennen, erscheinen die Flammen kühl und erfrischend, in einem leuchtenden Orange und Rot, die die exotischen Fruchtaromen repräsentieren. Die Umgebung ist in kontrastierenden kühlen Blautönen gehalten, was die paradoxe Idee von Feuer und Eis verstärkt. Diese provokative Visualisierung unterstreicht die Intensität und die unerwartete Erlebniswelt des Tees.

Ich kopiere mir direkt den Prompt des generierten Bildes und teste ihn in Midjourney.



Bild generiert mit Midjourney

Ich werde nicht enttäuscht: Der Prompt bringt ein tolles Ergebnis hervor.



prompt Photo of a glass of blooming iced tea with flames rising from it. The flames are shaped like flowers, representing the tea's exotic fruit flavors. Instead of traditional fire colors, the flames are a vibrant mix of oranges and reds, but they look cool and refreshing, not hot. The glass is set against a background of icy blues, creating a striking contrast between fire and ice. The surrounding area shows frost and cold elements, emphasizing the paradoxical nature of the drink. The overall mood is intense yet refreshing.

Testen Sie weitere Kreativtechniken aus und lassen Sie sich überraschen. Diese Methode eignet sich besonders gut, wenn Sie ganz am Anfang der Ideenfindung sind oder Inspiration brauchen. Indem Sie die Ideen gleich visualisieren, können Sie prüfen, ob diese Potenzial haben.

Natürlich können Sie mit Hilfe der Ideen auch eigene Prompts entwickeln. Schauen Sie sich dazu das Kapitel 4 zum Bildprompting an und nutzen Sie die Formel, um alleine oder im Team an kreativen Prompts zu arbeiten. Nehmen Sie sich eine Technik nach der anderen vor und sammeln Sie Ideen für die Bildgestaltung.

Tipp für bessere Bildergebnisse

ChatGPT unterscheidet in den Prompts selten, ob es sich um ein fotorealistisches Bild oder eine Grafik handelt, wenn Sie nichts vorgegeben haben. Schauen Sie sich den Prompt vorher an und ändern Sie die Eingabe direkt ab, wie ich es beim Prompt auf dieser Seite gemacht habe (»Photo of a ...«). Sie können sich aber auch überraschen lassen, was Midjourney aus dem Prompt macht und so neue Richtungen ausprobieren. Mehr zum Prompting und den Promptformeln finden Sie in den Kapiteln 4 und 5.

PRAXIS

Namensideen entwickeln mit ChatGPT

Nun gilt es, einen ansprechenden Namen für das Produkt zu finden. Arbeiten Sie am besten im selben Chat, damit die KI alle wichtigen Informationen hat, die sie braucht. Ein Promptaufbau, der sich bewährt hat, ist folgendermaßen aufgebaut:

Du bist eine Kreativagentur, die auf verrückte/ seriöse/... Produktnamen spezialisiert ist. Ich suche einen Namen für folgendes Produkt: ... Zielgruppe und Persona sollen von dem Namen angezogen werden. Generiere mir 15 Namen, die folgende Vorgaben enthalten KÖNNEN:

Folgende Vorgaben eignen sich:

- Der Name kann die Produktfeatures/USPs beinhalten.
- Er kann auf den Inhaltsstoffen basieren.
- Die Herkunft/Herstellung kann eine Rolle im Namen spielen.
- Ein Fantasiename

Mögliche Einschränkungen:

- Nur Deutsch/Englisch
- Nur ein Wort
- Zwei Wörter
- Ein Anagramm usw.

Sie können diesen Prompt individuell anpassen und ergänzen. Probieren Sie verschiedene Versionen aus und lassen Sie die KI eine Idee nach der anderen umsetzen, die Ergebnisse werden viel zielgerichteter sein als wenn Sie alle Ideen gleichzeitig umsetzen lassen. Ich habe mich auf folgende Ideen beschränkt:

 **prompt** Du bist eine Kreativagentur, die auf verrückte Produktnamen spezialisiert ist. Für den "Eistee, der brennt" suche ich fünf Namen, die die Zielgruppe und Persona anziehen. Dabei soll die Herkunft oder Herstellung des Produkts eine Rolle spielen, und der Name darf ein Fantasiename sein. Die Namen sollen auf Deutsch sein und aus zwei Wörtern bestehen.

Dabei kam ein Name heraus, den ich gleich mit Hilfe meines eigenen GPTs Type Crafter als Schriftzug umgesetzt (Kapitel 5 – ChatGPT) und anschließend – wie im letzten Praxisteil – den Prompt in Midjourney eingegeben und zusätzlich mit dem Eistee-Bild kombiniert habe.



Bild generiert mit Midjourney

Wie Sie Bild- und Textprompts miteinander verbinden, erfahren Sie in den Kapiteln 4 und 5.

Solche Visualisierungen eignen sich sehr gut für erste Ideen-Präsentationen und laden ein, eigene Ideen daraus wachsen zu lassen und anschließend umzusetzen.

Stile imitieren und sich inspirieren lassen

Manchmal gehört es zur Idee oder zum Konzept, einen bekannten Stil nachzuahmen. Dies können bestimmte Kunstepochen sein, aber auch Stile einzelner Künstlerinnen und Künstler, Autorinnen und Autoren, Designerinnen und Designer, Regisseurinnen und Regisseure ... Für die Kapitaleinstiegsseiten habe ich dies mit Filmlooks gemacht, um zu zeigen, wie ein und derselbe Prompt mit der Änderung eines Promptbausteins (dem Stil, siehe Kapitel 4 – Promptformeln) völlig neue Ergebnisse hervorbringt. Hierbei ist darauf zu achten, sich solche Stile nicht zu eigen zu machen und nicht zu vergessen, die Künstler und Künstlerinnen zu erwähnen. Wenn dies allerdings nur zur Inspiration dient und Sie daraus etwas völlig Neues kreieren, kann diese Art von Imitation helfen, auf etwas Neues zu kommen. Nichts anderes passiert tagtäglich in allen Bereichen der Menschheit, nicht nur in der Kunst und im Design.



prompt Schreibe folgenden Text im Stil von Yoda aus Star Wars um: ...

So einfach das Imitieren mit KI ist, achten Sie auf ethische und rechtliche Aspekte – hier gelten auch Markenrechte. Als Spielerei und zur Ideenfindung kann es helfen, für kommerzielle Zwecke könnte dies zu rechtlichen Konsequenzen führen!

Ideen kombinieren

Eine wunderbare Möglichkeit, auf neue Ideen zu kommen, ist es, völlig fremde Dinge miteinander zu verbinden. Im Beispiel waren es Bücher und Anker, die eine ganz neue Bildwelt eröffnen. Sie können sich vorher Zufallswörter generieren lassen und diese dann mit dem eigenen Thema verknüpfen (oder verknüpfen lassen). ChatGPT ist mittlerweile sehr gut darin geworden, Zusammenhänge zu »sehen« und auch semantische wie auch assoziative Verbindungen herzustellen.

KI als Kompetenzerweiterung in der Kommunikation

Ideen sind flüchtig, existieren erst einmal als Bilder oder Worte im Kopf. Kommt es dann zur Umsetzung, stellt sich schnell heraus, ob die Idee funktioniert und auch bei der Zielgruppe ankommt. Leider geht dann bereits viel Zeit und Arbeit dadurch verloren. Auch beim Prompting ist dies ein Prozess, der Zeit kosten kann. Die KI nimmt manches zu wörtlich, dichtet Dinge hinzu oder lässt wichtige Details weg. Es ist manchmal eine schnelle Sache – und dann wieder ein längerer Prozess mit Trial and Error.

Um mit KI eine Idee zu visualisieren, müssen Sie beschreiben können, was gerade in Ihrem Kopf vorgeht. Egal in welcher Phase des Prozesses Sie KI nutzen oder planen zu nutzen: KI zwingt Sie förmlich dazu, die Ideen bis ins Detail auszuformulieren. Das ist eine großartige Übung, die im Kreativalltag leider oft zu kurz kommt. Wenn Sie genau beschreiben, was Sie möchten, erhalten Sie mit großer Wahrscheinlichkeit auch das,

was Sie von der KI erstellen lassen wollen. Das ist zwar keine Garantie, aber selbst wenn das Ergebnis nicht nutzbar sein sollte, haben Sie damit Ihr eigenes Briefing perfektioniert. Sie gehen mit Gewinn aus diesem Prozess heraus.

Diese Kompetenz wird Ihnen auch außerhalb der KI helfen, wenn Sie mit anderen zusammenarbeiten oder mit Kunden oder Kundinnen Briefings entwickeln sowie an eigenen Konzepten arbeiten. Sogar das Präsentieren fällt leichter.

Storytelling

Ein sehr wichtiges Instrument im Designprozess kann das Storytelling sein – das Erzählen von Geschichten. Mit einem zielgruppengerechten Narrativ ermöglichen Sie den Betrachter*innen eine tiefere (sogar emotionale) Verbindung zu Produkten, Marken, Unternehmen, Personen oder Dienstleistungen. Im Branding ist das Storytelling eine Technik mit unschätzbarem Wert – doch ist diese Methode nicht ganz ohne Aufwand zu betreiben. Um ein authentisches und ehrliches Storytelling für Ihre Kunden und Kundinnen zu kreieren, braucht es einiges an Zusammenarbeit und Voraarbeit, um zu einer positiven Zielgruppenerfahrung zu kommen. Hier einige Punkte, die Sie für das Erstellen einer Markengeschichte nutzen können (je nach Umfang können die Punkte variieren):

Storytelling ermöglicht eine tiefere Bindung zu Produkten, Marken und Unternehmen.

- Ziel des Storytellings (z. B. Marke stärken, USP hervorheben, Employer Branding anwenden)
- Marke und ihre Werte verstehen (z. B. USP, Mission und Vision, Kernwerte)
- Zielgruppe verstehen (z. B. Interessen, Bedürfnisse, Werte, Konsumverhalten)
- Kommunikationskanäle wählen (z. B. Webseite, Social Media, Broschüre, Anzeigen)
- Informationen sammeln: Beobachten, mit verschiedenen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen sprechen, mit Kunden und Kundinnen sprechen
- Erzählstruktur entwickeln (z. B. chronologisch, themenbasiert)
- Inhalte kreieren (emotional ansprechende Texte, Bilder, Videos)
- Adaption in verschiedene Kommunikationskanäle

Mit Hilfe von ChatGPT oder anderen Textmodellen können Sie solch ein Storytelling umsetzen. Sammeln Sie alle wichtigen Informationen, stellen Sie sie der KI zur Verfügung, und geben Sie Anweisungen, wie die KI fortfahren soll. Gehen Sie am besten Punkt für Punkt durch, damit nichts verloren geht. Nutzen Sie die Promptformel für Texte aus Kapitel 4, um Länge, Stil und Perspektive des Texts zu beeinflussen.

Sie können außerdem ein vorhandenes Storytelling eingeben und prüfen lassen, ob Sie es noch verbessern könnten. Vergessen Sie hier nicht die Angabe der Zielgruppe und weitere Hintergrundinformationen.

PRAXIS

Storytelling mit ChatGPT

Aufbau des Storytellings

ChatGPT (besonders ab Version 4.0) ist ideal, um kreativen Texte zu schreiben. Wir beginnen den Chat mit der groben Aufgabenstellung und werden uns dann nach und nach zu den Zielen voranarbeiten. Hier ein Beispiel für den Beginn des Chats:

 **prompt** Ich möchte ein Konzept für ein Storytelling einer nachhaltigen Kaffeeröste-
rei erstellen. Anbei sind die Zielgruppenana-
lyse wie auch die Werte des Unternehmens
und die Unternehmensgeschichte. Ziel ist es,
die Nachhaltigkeit besonders hervorzuheben.
Dazu möchte ich einen Text für die Webseite
erstellen und mit ansprechenden Bildern un-
terstützen sowie eine Social-Media-Kampagne
starten. Stelle mir Fragen, falls du noch weite-
re Informationen dafür brauchst. Wir beginnen
mit dem Webseitentext.

Den Text sollten Sie noch auf die gewünschte Länge begrenzen und die Form vorgeben. Wie Sie solche Textprompts am besten erstellen, erfahren Sie in Kapitel 4 zum Prompting für Texte mit Promptformel. Da dieses Projekt fiktiv ist, habe ich natürlich keine weiteren Informationen. Ich erhalte trotzdem ein Konzept, mit dem sich arbeiten lässt, da die KI gerne ungefragt Ideen und Informationen in die Antwort mit einfließen lässt.

Weitere Anweisungen geben

Leiten Sie ChatGPT durch den Prozess, indem Sie weitere Anweisungen geben. Vermerken Sie ebenfalls, was machbar ist, und grenzen Sie die Möglichkeiten ein – z. B. schlägt ChatGPT vor, Interviews mit den Kaffeebauern zu führen oder

Bilder und Videos von den Plantagen zu machen, dies ist jedoch eventuell nicht im Budget, und daher müssten die Mittel vor Ort genutzt werden. Lassen Sie sich Konzepte erstellen, wie Sie die Nachhaltigkeit im Unternehmen in eine emotionale Geschichte verwandeln können, und lassen Sie sich von der KI inspirieren.

Kampagnenerstellung

Wenn die Geschichte passt und Sie bereits einige Inhalte und Texte haben, dann können Sie auch die Kampagne mit ChatGPT planen und erstellen, z. B. für die Social-Media-Kanäle des Unternehmens.

 **prompt** Erstelle aus angehängten Texten
und Informationen ein Konzept für eine Social-
Media-Kampagne für mehrere Posts, die mit
Hilfe von Bildern, Texten und Videos die Ge-
schichte erzählen. Als Kanäle nutzen wir Insta-
gram und TikTok. Erstelle jeweils einen tabella-
rischen Plan mit allen wichtigen Details, Texten,
Bildern und Hashtags. Die Kampagne soll vier
Wochen lang laufen.

Sollten die Inhalte nicht so sein, wie Sie es wünschen, geben Sie der KI ein Beispiel oder eine Vorlage, an die sie sich halten soll. Sie müssen sich nicht an die KI anpassen, sondern können mit genauen Instruktionen Ihre Informationen in der Form erhalten, in der Sie sie brauchen.

Lassen Sie sich vorhandene Storys auf verschie-
dene Stile anpassen, um zu testen, welche bei
der Zielgruppe besser ankommen. Darf es emo-
tionaler sein? Oder kreativ und lustig? ChatGPT
kann dabei eine sehr gute Hilfe sein.

Design Thinking

Eine weitere Methode im Designprozess ist das Design Thinking, das ebenfalls recht aufwändig ist und mit Hilfe von KI effizienter durchgeführt werden könnte. Ziel dieser Methode ist es, schnell einen Prototyp zu entwickeln, um zu prüfen, ob und wie dieser bei der Zielgruppe ankommt. Der Prozess des Design Thinking kann grob in folgende Phasen unterteilt werden:

- **Verstehen (Empathize):** In dieser Phase versuchen Designer*innen, die Bedürfnisse und Herausforderungen der Benutzer zu verstehen, indem sie Interviews durchführen, Beobachtungen anstellen und in die Schuhe der Benutzer schlüpfen.
- **Definieren (Define):** Auf Grundlage der gesammelten Informationen wird das eigentliche Problem oder die Herausforderung klar definiert.
- **Ideenfindung (Ideate):** In dieser kreativen Phase werden möglichst viele Lösungsideen generiert, ohne sie zunächst zu bewerten.
- **Prototypen (Prototype):** Basierend auf den generierten Ideen werden einfache Prototypen erstellt, die die potenziellen Lösungen darstellen.
- **Testen (Test):** Die Prototypen werden mit echten Benutzern getestet, um Feedback zu erhalten und zu verstehen, was funktioniert und was nicht.

In der Praxis kann der Design-Thinking-Ansatz zu besseren und nutzerfreundlicheren Designs führen, da er die Zielgruppe in den Mittelpunkt des Designprozesses stellt. Es kann jedoch auch zeitaufwändiger sein als traditionelle Designansätze, weil viele Iterationen und Tests erforderlich sind. Mit Hilfe von KI lässt sich dieser Prozess vereinfachen und beschleunigen. Schneller ist jedoch nicht immer besser, das Tempo bestimmen Sie immer selbst.

Um mit ChatGPT in den Prozess zu starten, gebe ich in einem neuen Chat die Informationen über die Verlagskampagne ein, die ich mir vorher erarbeitet habe. Sie können auch im bisherigen Chatverlauf weitermachen, aber manchmal ist ein Neustart mit den relevantesten Informationen hilfreich.



prompt Führe mich am Beispiel einer Werbekampagne für einen Verlag, der Bücher für Kreative veröffentlicht, durch den Prozess des Design Thinking. Du übernimmst die Rolle des Moderators, und wir erarbeiten Schritt für Schritt Lösungen für die verschiedenen Phasen.

ChatGPT beginnt mit Fragen zu den jeweiligen Prozessen und schlägt auch schon Aktionen vor. Sie können die einzelnen Schritte immer wieder von Neuem beginnen oder im Chat weitere Ideen hinzufügen, bis Sie zufrieden mit dem Ergebnis sind. Lassen Sie sich von den Vorschlägen inspirieren, oder entwickeln Sie ganz eigene neue Punkte für den Prozess. ChatGPT soll hier als Hilfe dienen und die Moderator-Funktion übernehmen. Das Ganze kann alleine oder im Team bearbeitet werden.

PRAXIS

Design Thinking mit ChatGPT



prompt Beginne mit Phase 1 des Design-Thinking-Prozesses: Bitte moderiere detailliert und zähle auf, welche Schritte zu tun sind.

Phase 1: Verstehen (Empathize)

Ziel: Ein tieferes Verständnis für die Gefühle, Bedürfnisse und Herausforderungen der Zielgruppe entwickeln.

Schritt 1: Zielgruppenanalyse

Aktion: Legen Sie klar fest, wer genau Ihre Zielgruppe ist. In diesem Fall sind es Kreative und solche, die es werden möchten. Folgende Fragen könnten dabei gestellt werden:

- Welches Alter haben sie im Durchschnitt?
- Welche sozialen Medien nutzen sie häufig?
- Welche Fachzeitschriften lesen sie?
- Welche Herausforderungen erleben sie in ihrer Arbeit und Weiterbildung?

Schritt 2: Tiefeninterviews

Aktion: Wählen Sie 5 bis 10 Personen aus der Zielgruppe aus, und führen Sie persönliche oder virtuelle Tiefeninterviews durch. Fragen können hierbei beispielsweise sein:

- Wie empfinden Sie die Rolle von Büchern in der heutigen digitalen Welt?
- Was sind Ihre Hauptbedenken in Bezug auf KI im Design?
- Welche Art von Inhalten suchen Sie in Fachbüchern?
- Bevorzugen Sie Printbücher oder E-Books? Warum?

Schritt 3: Online-Umfragen

Aktion: Erstellen Sie eine kurze Online-Umfrage mit 5 bis 10 Fragen, und verbreiten Sie sie in Design-Communitys und sozialen Medien.

Ziel: Sammeln Sie quantitative Daten über die Präferenzen und Herausforderungen der Zielgruppe.

Schritt 4: Beobachtungen

Aktion: Beobachten Sie, wie Kreative in Buchläden oder auf Design-Events interagieren. Wie wählen sie Bücher aus? Welche Themen ziehen sie an?

Ziel: Verhaltensmuster und ungesagte Bedürfnisse identifizieren.

Schritt 5: Datenanalyse

Aktion: Sammeln Sie alle Daten aus den Interviews, Umfragen und Beobachtungen, und analysieren Sie sie, um gemeinsame Themen und Erkenntnisse zu identifizieren.

Ziel: Erkennen von Mustern und tiefgreifenden Einsichten in die Bedürfnisse der Zielgruppe.

Nachdem Sie diese Schritte durchgeführt haben, sollten Sie ein klares Bild davon haben, was Ihre Zielgruppe möchte, was sie beunruhigt und wie Ihre Bücher ihnen helfen können.

Im Praxisbeispiel zum Design Thinking haben Sie gesehen, was herauskommt, wenn Sie ChatGPT nach vorheriger Eingabe von Informationen und dem obigen Prompt darum bitten, mit der ersten Phase des Design Thinking zu starten und detailliert darauf einzugehen, was die konkreten Schritte sind. Bewerten Sie, ob die Schritte für Sie sinnvoll sind, und führen Sie diese aus. Geben Sie ChatGPT die Ergebnisse, und fahren Sie dann mit den nächsten Phasen fort.



Prompt aus ChatGPT, Bild generiert mit Midjourney

Mit KI könnte der Designprozess eine ganz neue Erfahrung werden. Probieren Sie es aus!

Eigene Ideen und Methoden mit ChatGPT umsetzen

Sie haben andere Kreativmethoden, die Sie anwenden möchten? Kein Problem, denn Sie können praktisch alles mit Hilfe von ChatGPT umsetzen. Mit diesem Prompt bin ich an die Beispiele aus diesem Buch und an eigene Anwendungen herangegangen:



prompt | Kennst du [hier Methode einfügen]? Erkläre es mir und nenne die Schritte, wie man dabei vorgehen kann.

ChatGPT wird die Methode erklären, und Sie können prüfen, ob KI wirklich weiß, was Sie gleich vorhaben. Sie können der KI ergänzende Informationen liefern und sie damit korrigieren. Beginnen Sie dann mit den einzelnen Schritten, die ChatGPT Ihnen nennt. Lassen Sie sich für Ihr Thema Ideen vorschlagen, tragen Sie eigene Ideen ein, und gehen Sie Schritt für Schritt durch den Prozess. Auf diese Art und Weise könnten Sie nahezu jede Kreativtechnik und jede Designmethode ausprobieren. Lassen Sie sich Vorlagen für Arbeitsblätter und Tabellen für Gruppenmethoden oder Kundenworkshops erstellen, die Sie dann nutzen können. Lassen Sie ChatGPT den organisatorischen Teil erledigen, damit Sie mehr Zeit für den kreativen Part haben.

Ist KI nun kreativ?

Um die Frage vom Beginn des Kapitels aufzugreifen, kann man Folgendes zusammenfassen: Was viele der Kreativforschenden gemeinsam haben, ist die Ansicht, dass Kreativität bedeutet, etwas Neuartiges, Unerwartetes zu schaffen, das wiederum sinnvoll oder hilfreich ist. Der Kreativprozess ist nicht ganz klar definierbar, aber es gibt Ansätze und Ideen, die auf Mensch und Maschinen gleichermaßen zutreffen können.

Ich als Mensch bin kreativ, wenn ich es schaffe, Bekanntes mit Neuem zu verbinden und daraus etwas Nützliches zu erschaffen. Ob ich dazu KI nutze, um diesen Weg zu gehen, oder die Ideen damit letztendlich umsetze, ist weniger relevant. Das Ergebnis zählt. Nicht alles, was die KI-Tools generieren, zeugt von Kreativität. Und das gilt auch für uns Menschen.

Kreativität ist erlernbar, und unsere Hingabe und Freude am Kreativsein bringen uns dabei voran.

Kreativität ist erlernbar, und unsere Hingabe und Freude am Kreativsein bringen uns dabei voran. KI lernt das, was wir ihr vorgeben. Ohne eigene Motivation. So menschlich sie auch scheint, sie imitiert nur das, was von ihr erwartet wird. Sie empfindet nichts dabei, wenn sie ein Bild, einen Text oder ein Musikstück generiert. Trotzdem können wir Menschen etwas empfinden, wenn wir die generierten Werke betrachten oder erleben.

Zum ersten Mal in der Menschheitsgeschichte erreichen KI-Systeme in Kreativtests mit dem Menschen vergleichbare Ergebnisse. Ob KI nun kreativ ist oder nicht, liegt trotzdem im Auge des Betrachters, einer qualifizierten Fachjury oder hängt davon ab, welche Theorie man zu Rate zieht, um Kreativität zu definieren.

»Kreative KI« ist ein Werkzeug, das unserer menschlichen Kreativität helfen kann, neue Wege zu entdecken und eigene Barrieren zu überwinden. Aber sie ist auch Hilfsmittel, um Neuartiges zu schaffen, dem wir wiederum einen Sinn geben können. KI basiert auf menschlicher Kreativität, daher könnte man davon ausgehen, dass es sich wie bei der Intelligenz verhält: KI kann kreative Handlungsmuster imitieren und wirkt damit kreativ, obwohl sie in diesem Moment weder eigenmotiviert handelt noch das in Frage oder in einen eigenen Kontext stellt, was sie dabei generiert. Außer man sagt ihr, dass sie dies tun soll.

Für mich ist KI eine Kreativmaschine, die, wenn ich die richtigen Infos eingebe und die richtigen Fragen stelle, eine ungemeine Hilfe im Arbeitsalltag ist. Ist man einmal über die Phase hinaus, in der alles faszinierend ist, was die KI generiert, kann man die Ergebnisse nüchtern betrachtet als Ausgangsmaterial für eigene Kreationen sehen. Sie kann als Partner im Kreativprozess eine Rolle spielen und durch Techniken und Methoden führen, die sonst viel Zeit in Anspruch nehmen.



prompt fashion photoshoot of a computer wearing typographic fashion with the words "creativity", made out of type fonts, model is analogue to the font that is used, like bold types, italic and serif, calligraphy, make it super realistic with abstract and illustration details, mixed media --ar 3:4 --stylize 300 --v 6.1

Inhalt

KAPITEL 1

Künstliche Intelligenz – eine Einführung

KI – ein neues Werkzeug	12
Ist Künstliche Intelligenz intelligent?	13
Was hat Künstliche Intelligenz mit einem Hammer zu tun?	14
Künstliche Intelligenz verstehen	18
Algorithmen	19
Generative KI	20
Bilder mit KI generieren	23
KI und unsere Sprache	26
Einschränkungen und Probleme von KI-Systemen	29
Die Angst vor der KI	29
Shit in, shit out – Probleme beim Prompting	33
KI als Werkzeug für Generalisten?	36
Formen und Schnittstellen von KI	39
Mensch-Maschine-Interaktion	40
Schnittstellen – wie nutzen wir KI?	44
Relevanz von KI im Designbereich	46
Warum KI im Designbereich eine größere Rolle einnimmt	46
Welchen Wert haben die generierten Inhalte?	47

KAPITEL 2

Künstliche Intelligenz und Kreativität

Ist KI kreativ?	52
Was ist Kreativität eigentlich?	53
Menschliche Kreativität vs. KI-Kreativität	55
Ist Schönheit berechenbar?	56
PRAXIS KI-Bilder auf Kompositionssregeln analysiert	59

Auswirkungen von KI auf die eigene Kreativität	63
Kann KI die eigene Kreativität hemmen?	63
KI als Sandbox der eigenen Kreativität	67
KI schafft Distanz zum gestalterischen Ego	71
KI als Ideenmaschine	73
Klassische Kreativitätstechniken	73
KI und Kreativitätstechniken miteinander verbinden	75
PRAXIS Kreativbriefing mit ChatGPT	76
KI in der Ideenfindung: weitere Techniken	87
PRAXIS Kreativtechniken mit ChatGPT (und Midjourney)	88
PRAXIS Namensideen entwickeln mit ChatGPT	91
PRAXIS Storytelling mit ChatGPT	94
PRAXIS Design Thinking mit ChatGPT	96
Ist KI nun kreativ?	98

KAPITEL 3

KI im Designworkflow einsetzen

Ansätze zur Integration von KI	102
Ansatz 1: Prozesszentriertes Arbeiten mit KI	104
PRAXIS Moodboards mit Midjourney	108
Ansatz 2: Problemorientierter Einsatz von KI	112
PRAXIS Beispiele zur Anwendung von ChatGPT in der Konzeptionsphase	114
Fazit zur Implementierung von KI in den Kreativworkflow	116
KI-Tools mit System auswählen	117
Art des Modells (Bild, Text, Video, multimodal ...)	118
Marktführer, Startups/Entwickler oder Open Source?	121
Grad der gewünschten Individualisierung	124
Technische Voraussetzungen und Möglichkeiten	126
Herkunft der Trainingsdaten, Datenschutz, Ethik	127
Preismodell und Kosten	128
Fazit zur Auswahl der richtigen KI-Modelle	130
Fünf Erkenntnisse aus meiner Arbeit mit KI	131

KAPITEL 4

Prompting für generative KI

Einführung in das Prompting	134
Prompting-Grundlagen	136
PRAXIS Promptgenerator für Bild-KI im Test	140
Textprompts für Textgeneratoren (Text to Text)	142
PRAXIS Promptformel für Textprompting – Beispiel Storytelling	145
Textprompts für Bildgeneratoren (Text to Image)	147
Bildprompts (Image to Image/Video/Text)	149
PRAXIS Ein Prompt – verschiedene KI-Modelle	150
Bild- und Textprompts gleichzeitig verwenden	153
Prompting mit Emojis	156
Prompting für Fortgeschrittene	157
Bildgestaltung mit Fachbegriffen	157
Negativprompts	159
Parameter	161
PRAXIS Auflösung und Bildqualität	164
PRAXIS Seeds und ihren Einfluss auf das Ergebnis verstehen	166
PRAXIS Prompt vs. »kreative« Freiheit in drei KI-Bildgeneratoren	170
Weitere Prompttechniken und Ideen	172
Eigenheiten der KI-Modelle nutzen lernen	175

KAPITEL 5

KI-Programme im Kreativalltag

Midjourney	178
Zugang zur KI	178
Nutzung der KI	179
Erste Schritte mit Midjourney	180
PRAXIS Promptinspiration aus der Community	188
Erweiterte Techniken im KI-Prompting	190
PRAXIS Promphilfe in Midjourney	192
PRAXIS Bildstile und Bildserien mit Style References und Character References	202
PRAXIS Nahtlose Muster generieren	206
PRAXIS Organize – Bilder suchen, organisieren und filtern	208
PRAXIS Logodesign und Schriftbilder mit Midjourney	209
Meine Tipps und Erfahrungen	211

ChatGPT 4o	212
Zugang zur KI	212
Nutzung der KI	212
Erste Schritte mit ChatGPT	214
Erweiterte Techniken im KI-Prompting	215
PRAXIS Zielgruppe und Persona mit ChatGPT und Midjourney	218
PRAXIS Präsentationen mit Hilfe von KI erstellen	219
PRAXIS Designs mit ChatGPT und Midjourney entwerfen	222
PRAXIS Eigene GPTs erstellen	225
PRAXIS Schriftzüge mit Ideogram generieren	231
PRAXIS Vektorisieren von Pixelbildern mit Vectorizer.AI	232
Meine Tipps und Erfahrungen	233
Adobe Firefly (Webanwendung)	234
Zugang zur KI	234
Nutzung der KI	234
Erste Schritte mit Adobe Firefly	235
Erweiterte Techniken im KI-Prompting	239
PRAXIS Struktur- und Stilreferenzen in Firefly nutzen	240
PRAXIS Produktfotografie mit Hilfe von Firefly	242
Meine Tipps und Erfahrungen	244
Adobe Photoshop (Firefly)	245
Zugang zur KI	245
Nutzung der KI	245
Erste Schritte mit Firefly in Photoshop	246
Erweiterte Techniken im KI-Prompting	247
Meine Tipps und Erfahrungen	250
PRAXIS Fotos retuschieren in Photoshop mit KI	251
PRAXIS Produktmockups mit vorhandenen Produktbildern	254
Adobe Illustrator (Firefly)	258
Zugang zur KI	258
Nutzung der KI	258
Erste Schritte mit Firefly in Illustrator	258
Erweiterte Techniken im KI-Prompting	266
Meine Tipps und Erfahrungen	268
PRAXIS Kreative Mockups mit Vektorgrafiken erstellen	269
DreamStudio by stability.ai	272
Zugang zur KI	272
Nutzung der KI	273
Erste Schritte mit DreamStudio	273
Erweiterte Techniken im KI-Prompting	275

PRAXIS Bildvarianten mit Bildprompts mit Stable Diffusion	280
Meine Tipps und Erfahrungen	282
Magnific AI	283
Zugang zur KI	283
Nutzung der KI	283
Erste Schritte mit Magnific AI	283
Erweiterte Techniken im KI-Prompting	288
Meine Tipps und Erfahrungen	292
PRAXIS Mockups und Produktbilder mit Magnific AI	293
PRAXIS Bilder generieren mit Magnific AI	295

KAPITEL 6

Recht und Ethik

Rechtliches in Verbindung mit KI	298
Urheberrecht	299
Nutzungsrecht	307
PRAXIS Nutzung und Vergütung von KI-Bildern	309
Datenschutz	312
Ethik und Umwelt	314
Ethische Herausforderungen	314
PRAXIS Diversität und KI	317
Nachhaltigkeit	318
KI und der Mensch	321
KI und Unternehmen	322

KAPITEL 7

KI als zukünftige Designassistenten

Das digitale Dilemma	326
Wichtige Fragen über die Zukunft mit KI	327
Herausforderungen in der Anwendung von KI	331
Mögliche Entwicklungen in der Zukunft	332
Ein erstes Fazit	333
Glossar	336
Überblick über die im Buch verwendeten KI-Modelle	339
Index	340

Nutzen Sie KI, um Ihre Kreativität zu beflügeln

Setzen Sie jetzt Midjourney, Adobe Firefly, DALL-E, Stable Diffusion, ChatGPT & Co. gewinnbringend in Ihrem Design-Workflow ein! Jenny Habermehl zeigt Ihnen, wie Sie KI in Konzeption, Recherche, Ideenfindung und Gestaltung nutzen und beispielsweise eindrucksvolle Präsentationen und Produktfotos erstellen, Bilder bearbeiten oder Bildvarianten generieren.

Hier erfahren Sie, wie Sie Prompts entwickeln, die wirklich zum gewünschten Ergebnis und zu einem konsistenten Stil Ihrer KI-Bilder führen. Dieses Buch ist Ihr perfekter Begleiter, um die Veränderungen durch KI zu verstehen und zu meistern!

/prompt "KI ermöglicht, aus Gewohntem auszubrechen und neue Wege zu gehen"



Jenny Habermehl ist Kreativdirektorin und selbstständige Grafikdesignerin, Fotografin und Dozentin. Seit ihrer Masterarbeit hat sie sich intensiv mit den Themen KI und Kreativität im Designbereich beschäftigt. Sie möchte mit Büchern, Workshops und Vorträgen den Einstieg in das Thema erleichtern sowie über Chancen, aber auch Risiken aufklären.



Rheinwerk
Design



Gedruckt in Deutschland
Mineralölfreie Druckfarben
Zertifiziertes Papier

Aus dem Inhalt

KI im Kreativalltag

- > Grundlagenwissen zu generativer KI
- > KI-Tools auswählen
- > Standardaufgaben mit KI
- > KI in Konzeption und Ideenfindung
- > Vektorgrafiken, Pixelbilder, Videos generieren
- > Recht und Ethik
- > Aktuell: Midjourneys neue Oberfläche

Prompting

- > Einführung in die Kunst des Promptens
- > Text- und Bildprompts
- > Parameter und weitere fortgeschrittene Techniken

Best Practices am Beispiel

- > Mockups und Produktfotos mit Adobe Firefly
- > Moodboards mit Midjourney
- > Kreativbriefing und Konzeption mit ChatGPT
- > Bildvarianten in Stable Diffusion
- > Bilder bearbeiten, interpolieren, vektorisieren u. v. m.
- > Eigene GPTs erstellen
- > Magnific AI im Einsatz

€ 39,90 [D] € 41,10 [A]

KI/Grafik und Design
ISBN 978-3-367-10396-6

