

IDEENFINDUNG MIT KI

Neue Wege für Kreative



Jenny Habermehl



Rheinwerk
Design

KAPITEL 4

Umsetzung in Bild und Text

*Bilder und Texte mit KI zu generieren ist einfach. Bilder und Texte, die einem Anspruch an Qualität, Zielgruppenansprache und Einzigartigkeit gerecht werden und dabei gleichzeitig den Branding-Guidelines entsprechen, sind besonders mit KI eine Herausforderung. In der Natur der KI liegt die Unvorhersehbarkeit des Ergebnisses – was bei der kreativen Ideenfindung ein Geschenk sein kann, aber wenn wir etwas ganz gezielt generieren möchten, zur Herausforderung wird. In diesem Kapitel möchte ich Ihnen einen Einblick in meine Erfahrungen mit generativer KI geben, indem ich Ihnen Techniken an die Hand gebe und Ihnen zeige, welche KI-Tools für welche Aufgaben geeignet sind. Da sich KI aber so rasant weiterentwickelt und sich die Entwickler*innen viel einfallen lassen, um auf dem Markt bestehen zu bleiben, ist dies eine Momentaufnahme der aktuellen Möglichkeiten. Umso besser, wenn Ihr Lieblingstool nun eine neue Funktion hat, die Ihnen weitere Möglichkeiten zur Nutzung eröffnet. Probieren Sie die Techniken bei verschiedenen Tools aus, und prüfen Sie, wie diese auf Ihre Eingaben reagieren. Jedes Projekt ist eine neue Möglichkeit, mehr über KI und ihre Möglichkeiten sowie Grenzen zu lernen.*

Bildgenerierung

Die Welt der KI bietet uns viele neue Möglichkeiten, unsere Ideen visuell auszudrücken – und die Zahl der Bildgeneratoren wächst stetig. Da wir in Zukunft vermehrt damit arbeiten werden, lohnt sich ein Blick hinter die Kulissen – also welche »Arten« es gibt und wie diese funktionieren. Bestimmt haben Sie schon die Erfahrung gemacht, dass sich die Ergebnisse der KI-Modelle nicht komplett bestimmen lassen und auch schwer reproduzierbar sind. Lernen wir unsere neuen Assistenzen besser kennen, um ganz gezielt damit arbeiten zu können. So lassen sich ihre Stärken bewusst nutzen und typische Schwächen besser ausgleichen. Mit dem richtigen Verständnis gewinnen Sie schlussendlich mehr Kontrolle über den Stil, die Qualität und die Aussage Ihrer Bilder.



Eine abstraktere Darstellung der Layer eines neuronalen Netzes: oben der »Input Layer«, in der Mitte die »Hidden Layer« und unten der »Output Layer«

Wie KI Bilder generiert

Im ersten Kapitel haben wir uns bereits mit der Funktionsweise von KI beschäftigt und gelernt, was ein Algorithmus ist. Auch bei Bildgeneratoren läuft dieser Algorithmus innerhalb der Schichten im neuronalen Netz der KI ab. Diese neuronalen Netze wurden entwickelt, um das menschliche Gehirn besser zu verstehen, und bilden die Grundlage für viele KI-Programme. Es gibt eine Eingabe-Schicht (Input Layer), die uns die Möglichkeit bietet, der KI eine Anfrage via Prompt zu stellen. Die Ausgabe-Schicht (Output Layer) gibt uns das Ergebnis, das der Algorithmus entwickelt hat, aus. Dazwischen sind die verborgenen Schichten (Hidden Layer), die unsere Anfrage analysieren und verarbeiten – ähnlich wie unser Gehirn. Was in diesen Neuronen der Hidden Layer genau passiert, weiß niemand – was es natürlich umso schwerer macht, sie unter unsere »Kontrolle« zu bringen. Daher wird KI auch gerne »Black Box« genannt. Gehen wir aber einmal weiter und schauen uns an, wie KI lernt und wie die Bilder entstehen, die wir jetzt in Sekundenschnelle generieren können.

KI lernt anders als wir Menschen

Um überhaupt Bilder generieren zu können, müssen diese Modelle zunächst trainiert werden. Hier unterscheiden sich Mensch und KI maßgeblich: Wir verarbeiten Eindrücke ganzheitlich, verbinden sie mit Emotionen, Erfahrungen und bringen diese in einen Kontext. Unser Gehirn vernetzt dabei Wahrnehmung (z. B. Sehen, Hören), unsere Erinnerungen und Gefühle zu einem persönlichen, lebendigen Wissen. Wenn wir ein Bild sehen, dann verarbeiten wir es auf verschiedenen Ebenen, und jeder Mensch nimmt das gleiche Bild anders wahr.

Ein gutes Beispiel ist ein Kleinkind, das zum ersten Mal eine Katze sieht. Man zeigt darauf und sagt »Katze«. Katzen gibt es aber in sehr vielen verschiedenen Rassen, Farben, Formen. Trotzdem müssen wir nicht jedes Mal von Neuem erklären, dass es sich um eine Katze handelt – das menschliche Gehirn erkennt die Ähnlichkeit, kombiniert die bisherige Erfahrung und gleicht sie mit der Realität ab. Das geht auch sehr gut mit der abstrakten Darstellung einer Katze – einem Kreis mit zwei Dreiecken darauf und vielleicht einem Herzchen in der Mitte. Egal wie wir Katzen darstellen, wenn unser Gehirn eine Beziehung zu unserer bisherigen Erfahrung herstellen kann, erkennen wir, womit wir es zu tun haben.

Bilder generiert mit Midjourney



Zum Glück gibt es so viele Katzenbilder im Netz – daher wurden auch die ersten Modelle mit Katzenbildern trainiert. Heute können wir von abstrakt bis realistisch alles an Katzenbildern generieren, was das Herz begehrt.

Bei der KI funktioniert das völlig anders – sie braucht Katzen in allen möglichen Farben, Formen, mit unterschiedlichen Hintergründen, in unterschiedlichen Posen und unterschiedlich gemalt, gezeichnet oder modelliert. Erst so kann sie lernen und das Bild einer Katze generieren.

Die KI-Modelle und das menschliche Gehirn funktionieren völlig unterschiedlich.

Nun können Sie sich vorstellen, dass alleine dafür schon eine unvorstellbare Menge an Bildern notwendig ist – jetzt versuchen Sie das auf den Rest unserer komplexen Welt zu addieren. Vielleicht können Sie nun besser verstehen, warum es deshalb noch für viele Modelle schwierig ist, Bilder mit mehreren Personen oder Hände in verschiedensten Positionen zu generieren. Denn je komplexer die Szene ist und je mehr Details zusammenkommen, desto größer wird die Herausforderung für die KI.

Wir alle sind Trainingsmaterial

Um die Qualität und Quantität an Trainingsdaten zu ermöglichen, wird sich an dem Paradies der Datensammler bedient: dem Internet. Alles, was wir veröffentlicht haben, kann im Trainingsdatenpool der KI-Entwickler*innen landen – ob wir zugestimmt haben oder nicht. Das trifft zu Recht auf Widerstand und Unmut vieler Menschen. Fairerweise muss man sagen, dass die Entwicklung wirklich rasant voranging – aber KI-Modelle werden schon seit den 80er-Jahren entwickelt und erforscht. In der Forschung gibt es oft andere Regeln als in der freien Wirtschaft. Nun verdienen aber Unternehmen ihr Geld damit, indem Sie KI-Modelle mit den Daten anderer trainieren – ohne einen Ausgleich.

Immer mehr Plattformen – unter anderem Meta mit Instagram, WhatsApp und Facebook oder LinkedIn – nutzen die Daten ihrer User*innen für das KI-Training. Hier gibt es zumindest die Möglichkeit, zu widersprechen. Doch was die Daten im Internet und die zahlreichen Bücher und Medien, die zum Training genutzt wurden, angeht, gibt es noch keine befriedigende Regelung in der Rechtsprechung.

Wie aus Daten Bilder werden

KI sieht in einem Bild zunächst einmal Daten, ähnlich einer Tabelle mit Pixelwerten. Daher ist es praktisch ein Wunder, wie gut KI mittlerweile Bilder erkennen und auswerten kann – aber es ist auch kein Wunder, wenn sie völlig falsch liegt. Um dazu in der Lage zu sein, braucht die KI nicht nur die Bilder, sondern weitere Informationen dazu. Es gibt zwar auch eine Phase des Selbstlernens, in der die KI die Bilder analysiert und kategorisiert – aber die Modelle, die wir tagtäglich nutzen, kommen nicht ohne das Training durch Menschen aus.

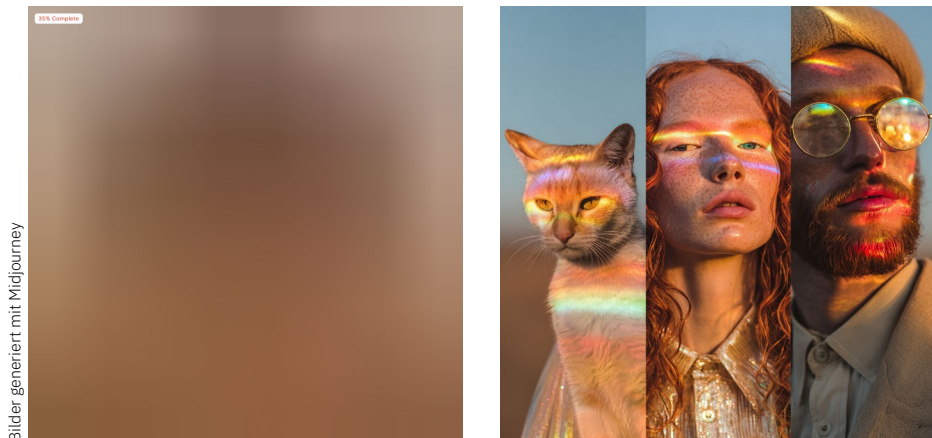
Das sind Menschen, die in Niedriglohnländern wie Madagaskar sitzen und den ganzen Tag Objekte auf Bildern markieren, Bildbeschreibungen machen oder Texte von Dokumenten abtippen. Ohne dieses Zutun würde die KI viele Bilder gar nicht auswerten können. Nehmen wir als Beispiel den Versuch, KI mit Röntgenbildern von Lungen zu trainieren. Ziel war es, dass die KI eigenständig kollabierte Lungen erkennt. Das hat auch funktioniert, aber nicht so, wie die Entwickler*innen es sich gedacht haben. Die KI hat, was sie ja sehr gut kann, Muster erkannt, die auf eine kollabierte Lunge in den Trainingsdaten hinwiesen. Aber diese hatten nichts mit der Lunge zu tun, sondern mit den Schläuchen, die sich auf den Bildern befanden. Für die KI war der Fall klar: Schläuche = kollabierte Lunge. Die Entwickler*innen mussten also noch einmal ganz neu an die Sache herangehen. Das Beispiel zeigt uns, wie komplex unser Gehirn ist. Was für uns selbstverständlich ist, kann für KI ein Hindernis sein. Dabei ist sie nicht nur auf unser Trainingsmaterial angewiesen, sondern auch auf für sie aufbereitete Daten.

Ein weiterer Teil des Trainings besteht darin, dass Menschen Anfragen an die KI stellen und die Antworten überprüfen und bewerten. Durch das Feedback werden die Modelle verbessert und justiert. Auch wir User können dabei helfen, die Modelle zu verbessern, indem wir Feedback geben. Das wird natürlich nicht sofort und ohne Überprüfung übernommen, kann aber dazu beitragen, gewisse Probleme aufzudecken oder auch zu zeigen, was gut lief.

Vom Bild zum Rauschen und zurück

Nach dem Erkennen von Mustern und dem Kategorisieren der Daten werden die modernen Bildgeneratoren nun trainiert, eigene Bilder zu generieren. Dazu wird ein Bild Schritt für Schritt verrauscht – daher auch der Name »Diffusion Model« –, bis wir ein völlig zufälliges verrauschtes Bild haben – so als würden wir den Gaußschen Weichzeichner ganz oft anwenden.

Nun soll die KI mittels Textprompt aus diesem Anfangsrauschen ein neues Bild generieren (Denoising). Jedes generierte Bild startet also mit einem Rauschen, einem einzigartigen Fingerabdruck, der sich mittels »Seed« ansteuern lässt. Der Seed ist die Kennzahl dieses Anfangsrauschens und kann in KI-Tools wie Midjourney oder Freepik verwendet werden. Nun geht der Algorithmus Schritt für Schritt vor und fügt dem Bild jedes Mal mehr Details hinzu, bis die maximale Anzahl der Schritte (ca. 25–1.000) erfolgt ist, die ein Modell während der Bildgenerierung durchläuft. Je mehr Schritte, desto mehr Details, die aber auch mehr Rechenleistung und Zeit kosten. Bei manchen Modellen kann man die Generierung auch vorzeitig stoppen, was praktisch sein kann, wenn Sie ein Bild mit weniger Details wünschen.




Bei Midjourney kann man sehr gut den Prozess beobachten: Links sehen wir das Bild bei 35 % der maximalen Schritte im Zwischenstadium. Erst bei ca. 40 % kam die Dreiteilung hinzu. Rechts das fertige Bild mit maximalem Detailgrad von Midjourney V7.

PRAXIS

Promptvariationen mit Seeds

Eine Bildgenerierung startet immer mit einem Anfangsrauschen, zu dem schrittweise Details hinzugefügt werden. Dieses erste Rauschen hat eine einzigartige Kennzahl, den Seed. Bei vielen Bildgeneratoren können Sie den Seed auslesen und für neue Generierungen nutzen. Das sehen wir uns hier am Beispiel von Midjourney an.

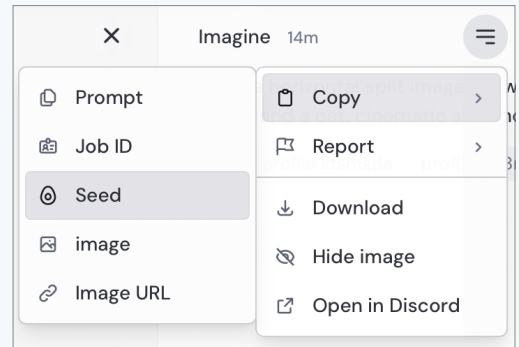
Ich generiere vier Bilder mit folgendem, eher abstraktem Prompt:

 **Prompt** photo of a person on the right, levitating in the space, around the person are machines, computers, smartphones, science fiction, realistic, high quality photoshoot, orange and purple colors




Diese Version hat mir besonders gut gefallen. Darauf würde ich gerne aufbauen, aber mit kleinen Änderungen im Prompt.

Jedes Mal, wenn ich den Prompt abschicke, erhalte ich unterschiedliche Bilder. Wenn mir eine Bilderserie gefällt und ich darauf aufbauen möchte, ist eine Möglichkeit, den Seed zu nutzen.



Um an den Seed zu kommen, können Sie das Bild in Ihrer History anklicken und oben rechts über das Menü die Option »Copy • Seed« auswählen.

Ich kopiere mir den Seed dieser Serie und passe den Prompt geringfügig an. Den Seed füge ich über einen Shortcut mit ein:

 **Prompt** photo of **a woman** on the right, levitating in the space, around the person are machines, computers, smartphones, science fiction, realistic, high quality photoshoot, orange and purple colors **--seed 885042361**

Was ich jetzt erhalte, ist keine exakte Kopie des Bildes, denn wie erwähnt ist es nur das Anfangsrauschen, das wir hier nutzen. Trotzdem ähneln sich die Bilder im Aufbau, wenn der Prompt nicht allzu weit von dem entfernt ist, was wir ursprünglich generiert haben.



Der Prompt wurde nur etwas verändert, und die Bilder ähneln sich teilweise im Aufbau.

Bemerkenswert ist das erste und zweite Bild der Serie, die sehr nah an der ersten Generierung liegen. Das liegt unter anderem daran, dass der Prompt Farben und Bildaufbau ganz gut beschreibt, wenn auch mit viel Interpretationsspielraum.

Midjourney beschreibt die Nutzung von Seeds als Experiment, um zu sehen, wie der Prompt das Ergebnis beeinflussen kann. Auch kann der Seed sich nach einer Weile ganz anders auf das Ergebnis auswirken als zu einem früheren Zeitpunkt. Warten Sie also nicht zu lange mit dem Experimentieren.

Auch wenn wir hier sehr ähnliche Ergebnisse hatten: Seeds sind nicht dafür geeignet, irgendwelche Stile zu übertragen und auch keine Garantie dafür, dass die neuen Bilder eine Variante der vorherigen werden. Ändern wir den Prompt maßgeblich, erhalten wir Bilder, die stark von den Originalen abweichen, wie im folgenden Beispiel:



Derselbe Seed, aber ein ganz anderer Prompt



Prompt photo of a cat in a space suit --seed 885042361

Seeds und Parameter

Achten Sie darauf, dass Sie keine weiteren Parameter einsetzen, die die Anwendung des Seeds »verhindern«, wie die Stylization oder andere Funktionen, die dafür sorgen, dass das Ergebnis stärker vom Prompt abweicht.

Im Laufe des Kapitels lernen Sie weitere Möglichkeiten kennen, um mehr Konsistenz in Ihrer Bildgenerierung zu erhalten. Manchmal ist es eine Kombination aus mehreren Funktionen, oder Sie müssen je nach Bild, Prompt sowie gewünschtem Ergebnis immer wieder experimentieren, welche Funktion Ihnen am meisten bringt. Ich selbst nutze Seeds im Alltag immer dann, wenn mir der Aufbau der Bilder gefällt, aber ich noch nicht mit dem Ergebnis zufrieden bin.

Einflussfaktoren auf das Ergebnis

Damit wir immer neue und spannende Bilder generieren können, sind die Modelle speziell trainiert und programmiert worden, sodass Sie auch mit nur einem Wort oder sogar einem Emoji ein (mehr oder weniger brauchbares) Bild erhalten. Das bedeutet, dass die KI einfach Details im Bild »erfindet« oder »halluziniert«. Welche Details das sind, hängt von folgenden Faktoren ab:

- **Trainingsdatenpool und Programmierung:** Die Auswahl der Trainingsdaten und die Richtung, in die das Modell trainiert wurde und unsere Eingabe interpretiert.
- **Prompt:** Je genauer die Beschreibung, desto besser können Sie das Ergebnis beeinflussen. Bei sehr einfachen Prompts nimmt sich die KI mehr Spielraum.
- **Zufälligkeit und Rauschen:** Selbst bei identischem Prompt entstehen leicht unterschiedliche Bilder. Das liegt daran, dass die Modelle mit einer gewissen Zufälligkeit (»Random Seed«) arbeiten. Dieses »Rauschen« ist gewollt – es sorgt dafür, dass jedes Ergebnis einzigartig wirkt und kreative Varianz entsteht.
- **Version und Trainingsstand des Modells:** Jedes KI-Modell hat eine eigene »Persönlichkeit«. Neue Versionen reagieren oft sensibler auf Details oder interpretieren Prompts anders, weil sie mit erweiterten Datensätzen oder veränderten Gewichtungen trainiert wurden.
- **Parameter/Einstellungen:** Manche Bildgeneratoren bieten Einstellungen an, die der KI mehr oder weniger Freiheit geben, den Prompt zu interpretieren.
- **Vorlagen/Bildprompts:** Je nach Generator können Sie Bilder als Vorlage für den Bildaufbau oder den Stil nutzen, an denen sich die KI orientieren soll. Bei sogenannten »Strukturvorlagen« wird der Bildaufbau als Vorgabe genutzt, bei Bildprompts das Bild an sich und bei Stilvorlagen der Bildstil, weniger der Inhalt.

Schauen Sie beim Bildgenerator Ihrer Wahl, welche Möglichkeiten Ihnen geboten werden. Probieren und experimentieren Sie, um ein Gefühl für das Verhalten des Modells zu bekommen. Das macht die Arbeit mit KI umso spannender, denn wir können uns immer wieder von neuen Details überraschen und inspirieren lassen.

Modelle und ihre Einsatzmöglichkeiten

Bei der Vielfalt an vorhandenen Bildgeneratoren ist es gar nicht so einfach, die passenden zu finden. Daher möchte ich Ihnen einen Überblick über die gängigsten Plattformen geben und für welche Bereiche Sie diese einsetzen können. Diese Liste hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit, und bestimmt finden Sie noch viele weitere Möglichkeiten, KI für Ihre Projekte einzusetzen. Dabei beziehe ich mich auf meine eigenen Erfahrungen sowie die von anderen. Sehen Sie es als Starthilfe, um erste Schritte in der Bildgenerierung zu machen, oder als Inspiration, welche Modelle es auf dem Markt gibt, die Sie vielleicht einmal ausprobieren möchten.

Bildgeneratoren und Modelle

Schauen wir uns zuerst die Plattformen an, die sich auf die reine Bildgenerierung oder das Generieren von Bewegtbild spezialisiert haben.

Modell	Beschreibung	Einsatzmöglichkeiten
Midjourney <i>midjourney.com</i>	Liefert ästhetisch hochwertige, detailreiche Bilder in unterschiedlichen Stilrichtungen	Kreative Bildideen, realistische Szenen und Porträts, Moodboards, Produktvisualisierungen, Editorials
Magnific AI <i>magnific.ai</i>	Verfeinert bestehende Bilder und erhöht deren Auflösung bei gleichzeitiger Detailverstärkung, eigenes Modell zur Bildgenerierung	Upscaling, Schärfen, Nachbearbeitung, Stiltransfer, Belichtungsanpassung, realistische Bildgenerierung, Schriftzüge
Ideogram <i>ideogram.ai</i>	Kombiniert realistische Bilddarstellung mit präziser Typografieintegration, Bildgenerierung mit Charaktervorlage	Schrift-Bild-Kompositionen, Plakate, Social Media, Logodesigns
Stable Diffusion <i>dreamstudio.stability.ai</i>	Open-Source-Modell mit flexibler Steuerung und vielfältigen vortrainierten Modellen	Individuelle Stile, Experimente, Produkt- und Konzeptvisualisierung
Canva <i>canva.com</i>	Design-Tool mit integrierten KI-Funktionen für Bildgenerierung und Bearbeitung	Social Media, Präsentationen, Layouts, schnelle Visuals
KlingAI <i>app.klingai.com</i>	Schwerpunkt Video-Generierung, mit verschiedenen Modellen zur Bildgenerierung	KI-Videos, Motion Design, Szenen-Visualisierung, Kampagnenclips, realistische und cinematische Visuals
FLUX <i>playground.bfl.ai/image</i>	Verschiedene Modelle für realistische, aber auch visuell anspruchsvolle Motive, die Modelle »Kontext« verstehen Anweisungen wie ein Chatbot	Porträts, Produktbilder, Editorials, natürliche Lichtstimmungen, Bilderserien von Szenen, Personen und Produkten

Überblick über aktuelle Bildgeneratoren und Modelle – von klassischen Tools bis zu neuen Plattformen für Bild- und Bewegtbildgestaltung

Plattformen mit mehreren Modellen und Funktionen

In der folgenden Aufzählung finden Sie Plattformen, die Ihnen Zugang zu mehreren KI-Modellen oder sogar weiteren Funktionen bieten. Ideal, wenn Sie Flexibilität brauchen und experimentieren möchten, welche Modelle am besten zu Ihren Projekten passen.

Name	Beschreibung	Modelle
Freepik <i>freepik.com</i>	Bietet neben klassischen Grafikressourcen einen eigenen KI-Generator, Videogenerierung, KI-Assistenten u.v.m.	Seedream 4K, Seedream 3, Flux 1.0, Flux 1.0 Fast, Flux 1.0 Realism, Flux 1.1, Flux Kontext [Pro], Flux Kontext [Max], Mystic 1.0, Mystic 2.5, Mystic 2.5 Flexible, Mystic 2.5 Fluid, Google Imagen 3, Google Imagen 4, Google Imagen 4 Fast, Google Imagen 4 Ultra, Google Nano Banana, Ideogram 3, GPT 1, GPT 1 HQ, Runway, Classic und Classic Fast
Adobe Firefly <i>firefly.adobe.com</i>	Bildgenerierung, Bildbearbeitung und weitere spannende KI-Funktionen	Firefly Image 5 (Vorschau), Firefly Image 4 Ultra, Firefly Image 4, Firefly Image 3, Flux Kontext Max, Flux Kontext Pro, Flux 1.1 Pro, Flux 1.1 Ultra, Flux 1.1 Ultra (Raw), Gemini 2.5 (Nano Banana), Imagen 4, Imagen 3, GPT Image, Ideogram 3.0 und Runway Gen-4 Image
Leonardo AI <i>app.leonardo.ai</i>	Besonders stark bei konsistenten Serienmotiven, realistischer Lichtführung und Stilvariationen	Lucid Origin, Nano Banana, Lucid Realism, Ideogram 3.0, GPT-Image-1, FLUX.1 Kontext Max, FLUX.1 Kontext, Phoenix 1.0, FLUX Dev, FLUX Schnell und Phoenix 0.9
Krea <i>krea.ai</i>	Bild- und Videogenerator mit verschiedenen weiteren Funktionen wie Nodes und Real Time Video	Krea 1, Flux, Nano Banana, ChatGPT Image, Seedream 4, Wan 2.2, Qwen, Flux.1 Krea, Flux Kontext, Flux Kontext Pro, Seedream 3, Imagen 4 Ultra, Imagen 4 Fast, Imagen 4, Runway Gen-4, Ideogram 3.0, Flux 1.1 Pro, Flux 1.1 Pro Ultra und Imagen 3

Diese Plattformen bieten meist umfangreiche Möglichkeiten, KI in den Projekten einzusetzen. Achten Sie auf Lizenz- und Abomodelle, um die Kosten im Blick zu haben.

PRAXIS

Die Wahl des Modells

Bei der Fülle an Möglichkeiten ist es manchmal schwer, das richtige Modell für sich zu finden. In meinem Buch »KI für Kreative« habe ich einen ähnlichen Test mit einem recht einfachen Prompt gemacht. Diesmal möchte ich Ihnen zeigen, wie kreativ die Modelle mit komplexeren Prompts umgehen. Daher nehme ich einen der Prompts aus dem vorigen Kapitel, entstanden während eines Workshops beim gemeinsamen Entwickeln eines Prompts mit Hilfe der Promptformel und ChatGPT:



Prompt

Editorial photography of an elegant older person, standing with dignity, a delicate scarf floating inside a giant soap bubble. Captured from a frog's-eye view, main subject arranged according to the golden ratio. The background shows colourful highlights of a funfair with a chain carousel and a candyfloss stand, slightly blurred to create depth. Pastel boho inspired colors in sage green, beige, cream, rose and terracotta dominate the palette, creating an earthy and artistic atmosphere. Fabric shines with a soft glow, warm candlelight adds intimacy, while the mood remains slightly surreal and mysterious.

Dabei wähle ich bei jedem Modell die Standard-einstellungen. Das bedeutet auch, dass das Ergebnis noch weiter beeinflusst werden kann, indem vortrainierte Stile angewandt oder weitere Einstellungen gemacht werden können – je nach Modell. Lassen Sie einen Prompt ruhig zwei bis dreimal durchlaufen, bevor Sie weitere Anpassungen und Einstellungen testen. Manchmal ist dann auch schon das gewünschte Ergebnis mit dabei.



Midjourney V7



Ideogram 3.0



Leonardo AI (Lucid Origin)



Stable Diffusion (Stable Image Ultra)



Magnific AI (Mystic v2.5)



OpenAI GPT 1.5 – High (via Freepik)



FLUX Kontext Max (via Adobe Firefly)



Google Nano Banana Pro (via Freepik)



FLUX Kontext Pro (via Adobe Firefly)



Google Imagen 4 (via Adobe Firefly)

Das passende Modell finden

Meine Empfehlung ist es, mehrere Modelle zur Auswahl zu haben, um zu testen, welches für die aktuelle Aufgabe am besten geeignet ist. Manchmal brauchen wir realistische Bilder, die nah am Prompt sind – bei anderen Motiven wie diesem hier braucht es manchmal eine kreati-

vere Auslegung des Prompts, um ein visuell ansprechendes Ergebnis zu erhalten.

Wie man bei diesem Beispiel und zugegeben herausfordernden Prompt sehen kann, hat jedes Modell einen eigenen Look. Obwohl hier nicht explizit von einer Frau die Rede war, wur-



Seedream 4K (via Freepik)



Firefly Image 5 (Preview)



Kling Image 2.1



Z Image (via Freepik)

den (meist hellhäutige) Frauen generiert – bis auf Adobe Firefly. Das Wort »older« hat dazu geführt, dass alle Personen graues Haar haben. Am besten sind die Ergebnisse von Midjourney, Leonardo und FLUX Kontext Max gelungen. Googles Nano Banana Pro hält sich stark an den Prompt und wirkt sehr realistisch. ChatGPT hat

leider immer noch den typischen Warmfilter, der nicht zu jedem Bild passt. Die Darstellung der Personen ist zum Großteil realistisch, trotz des außergewöhnlichen Prompts. Auch wenn Ihnen ein Ergebnis nicht gefällt, probieren Sie die Modelle mit anderen Motiven aus, und lernen Sie die einzelnen Stärken kennen.

Bildprompts mit Hilfe von KI

In den letzten Kapiteln haben Sie die Promptformel kennengelernt und auch, wie Sie kooperativ mit KI Prompts entwickeln können. Ein paar Tipps habe ich noch zu ergänzen, wie Sie KI nutzen können, um Bildprompts zu schreiben:

- ChatGPT ist sehr gut darin, Bildprompts zu schreiben. Statt mir dort ein Bild zu generieren, lasse ich mir meist einen Prompt auf Englisch, optimiert z. B. für Midjourney, schreiben. Es gibt auch GPTs, die von anderen dazu trainiert wurden, Prompts für bestimmte Modelle oder Einsatzzwecke zu generieren.
- Viele Bildgeneratoren bieten Hilfe beim Prompten an, wie die Chatfunktion in Midjourney. Andere können Ihre Prompts optimieren, wenn diese zu lang oder zu kurz sind, wie bei Ideogram, Freepik, Dreamstudio und Leonardo.
- Bei Midjourney, Freepik und Ideogram können Sie ein Bild hochladen und es beschreiben lassen. Auch alle Textmodelle wie ChatGPT können Ihnen eine Bildbeschreibung in Form eines Prompts erstellen.

Bildgenerierung via Chat

Viele klassische Textgeneratoren bieten auch die Bildgenerierung an. Das hat Vor- und Nachteile: Statt einen Prompt zu entwickeln, können Sie wie in einem Gespräch mit der KI Ihre Wünsche zum Bild äußern, besonders praktisch innerhalb eines Projekts, wenn die KI bereits einige Hintergrundinformationen aus dem Chatverlauf hat. Aber es gibt auch Bildgeneratoren, die eine Chatfunktion mit Kontextverständnis anbieten. Hier folgt eine Liste der Tools, mit denen ich bereits gute Erfahrungen gemacht habe.

Name	Beschreibung	Einsatzmöglichkeiten
ChatGPT <i>chatgpt.com</i>	Dieses LLM versteht den Kontext sehr gut und kann darauf aufbauend Bilder generieren. Leider nur eines auf einmal, ohne viele weitere Einstellmöglichkeiten, außer der Wahl von ein paar Stilen.	Visualisierung von Ideen, Prompting, komplexere Grafiken und Schaubilder, Vorlagen für Bildprompts
Gemini <i>gemini.google.com</i>	Viel Aufsehen hat Google mit dem Modell »Nano Banana« erregt. Gemini versteht den Kontext und kann über den Chat Bilder generieren oder bearbeiten.	Besonders Nano Banana Pro und Nano Banana 2 eignen sich für die Bildgenerierung und -bearbeitung.

Name	Beschreibung	Einsatzmöglichkeiten
Freepik <i>freepik.com/pikaso/assistant</i>	Neben vielen Bild- und Videofunktionen bietet Freepik den Assistant, der mittels Chat Bilder generiert und bearbeitet, aber auch vorgefertigte Workflows anbietet.	Besonders geeignet für Bilderserien von Personen und Produkten, Ausprobieren von Stilen, Bearbeiten von Bildern
Midjourney <i>midjourney.com</i>	Statt eines Prompts kann eine Chatfunktion aktiviert werden, mit der man Wünsche und Ideen zum Bild äußert und die KI den Prompt schreibt.	Sehr praktisch, wenn man sich an ein Motiv herantasten möchte oder das Prompting nicht zum gewünschten Ergebnis führt

Manchmal ist es einfacher, statt einen fertigen Prompt einzugeben, in den Dialog zu gehen – besonders bei der Ideenfindung. Die Tools können nicht nur Bilder generieren, sondern auch richtig gute Prompts schreiben und verstehen den Kontext innerhalb eines Projekts.

Bildstile entwickeln und anwenden

Für viele Projekte oder in der Unternehmenskommunikation ist ein durchgängiger Stil besonders wichtig – aber oft eine Herausforderung. Eine Mischung aus Stockbildern, Auftragsfotografien und jetzt auch noch KI macht es nicht leicht, einen durchgängigen visuellen Look beizubehalten. Doch die Anbieter von Bildgeneratoren bieten mittlerweile umfangreiche Möglichkeiten, individuelle Stile in der Generierung anzuwenden.

Textprompt als Stilvorgabe

Der Textprompt ist ein wichtiger Faktor, wenn es um Bildstile geht. Beschreiben Sie den Stil, die Farben und die Stimmung des Bildes, um den Stil zu beeinflussen. Sie können den Stil von vorhandenen Bildern mit Hilfe der Promptformel beschreiben oder ein LLM bitten, das für Sie zu tun.

Prompt Erstelle mir eine Beschreibung des Bildstils als JSON-Code. Achte dabei auf Licht, Farben, Stil und Stimmung.

ChatGPT hat mir mit Hilfe dieses Prompts eine detaillierte Analyse des Bildstils gemacht und mir einen JSON-Code ausgegeben. Im folgenden Praxisteil erfahren Sie mehr über JSON-Codes und deren Erzeugung sowie Anwendung als Bildprompt. Anschließend habe ich im selben Chat die KI gebeten, mir einen Bildprompt für einen Vogel, der in einem Strauch sitzt, zu schreiben und den Bildstil aus dem Code zu adaptieren. Sie können solche Stilbeschreibungen in Tools wie ChatGPT, Gemini und Freepik auch direkt als JSON-Code prompten. Erfahrungsgemäß funktioniert diese Art der »Stilübertragung« am besten mit dem Tool, das das ursprüngliche Bild generiert hat.

Inhalt

KAPITEL 1

Kreativität im digitalen Zeitalter

Was ist eigentlich Kreativität?	12
Ansätze zur Definition von Kreativität	13
Was brauchen wir, um kreativ zu sein?	16
PRAXIS Der Zufall als kreative Inspiration	20
Kreativität ist nicht selbstverständlich	22
Chancen und Gefahren digitaler Kreativität	23
PRAXIS Ihre persönliche kreative Checkliste	26
Künstliche Intelligenz	27
Einführung in die generative KI	27
Die wichtigsten Modellarten – und wofür wir sie nutzen können	30
Agenten und Assistenten – wo liegt der Unterschied?	31
KI-Tools: Die Qual der Wahl	32
KI und Kreativität	34
KI entmystifizieren	34
Kreativität mit KI braucht Vorbereitung	41
Prompting	42
Promptarten	43
Role-Prompting mit Expertenrollen	46
Promptformeln und Promptstrukturen	50

KAPITEL 2

Briefing & Recherche

Kreativbriefing mit KI	58
Briefing ohne eigene Briefingstruktur (Open-Ended Prompting)	59
Eigene Briefingvorlagen nutzen (One-Shot-Prompting und Few-Shot-Prompting)	60
PRAXIS Kreativbriefing mit RISEN	61
KI als Briefing-Coach (Meta-Prompting)	62
Gemeinsam mit ChatGPT am Briefing arbeiten (Canvas)	62

KI erstellt eigenständig ein Briefing (Chain-of-Thought-Prompt)	63
Weitere Methoden für KI-Briefings	64
Zielgruppenanalyse und Personas	64
Zielgruppenanalyse mit KI	65
Personas mit KI	68
PRAXIS Painstorming mit KI – die Schmerzpunkte sichtbar machen	69
PRAXIS Persona mit ChatGPT entwickeln und mit Bild-KI visualisieren	71
Customer Journey	74
Recherche mit KI	76
Die Wahl des Modells	76
Internetrecherche	79
Daten auswerten oder zusammenfassen lassen	79
Automatisierte Recherche im Agentenmodus	80
Wissenschaftliche Recherche	82
Daten und KI – wie viel ist zu viel?	83
PRAXIS Trendanalyse – Chancen und Risiken in der Zukunft	84

KAPITEL 3

Ideation & Konzeption

Inspiration	88
Visuelle Inspiration	89
Emotionale Inspiration	90
Serendipitive Inspiration	91
Interaktive Inspiration	91
Textuelle Inspiration	91
PRAXIS »The inner Orchestra« – KI als Quelle der Inspiration	92
Ideation	95
Recherche und Problemdefinition	96
PRAXIS Ideboards und Moodboards mit KI	97
Ideation: Die Ideenfindung	98
Kreation und Entwicklung	99
Prototyping und Test	99
Umsetzung	100

Studien zu KI und Kreativitätstechniken	100
KI findet originelle Wege mit kreativem Denken	101
KI ist stark in der Ideenfindung, aber schwach in Denkprozessen	102
KI nutzt flexibles Denken für kreative Ideen	103
Fazit aus den Studien	104
Klassische Kreativitätstechniken mit KI	105
Assoziationstechnik (Random Input/Zufallsmethode)	105
PRAXIS Assoziationstechnik für Kampagnenvisuals	107
Sechs Denkhüte (Six Thinking Hats)	109
Provokation (PO-Methode)	111
PRAXIS Mit Provokationen zu neuen Ideen finden	112
Synektik	114
Walt-Disney-Methode	116
Kopfstandmethode/Reverse Thinking	117
Analogietechnik	118
Techniken kombinieren und eigene Methoden entwickeln	119
PRAXIS Mit Analogien zu neuen Ideen	120
Prompting als Kreativtechnik	122
Brainstorming mit Promptformel	122
Prompt-Battle	126
Assoziationskette beim kooperativen Prompting	127
Klassische Konzeption	130
Von der Idee zum Konzept	130
Konzeptarten	131
Konzeption mit KI	132
Fragebasiert prompten	132
Morphologische Matrix	133
Blue Ocean Strategy	135
Zukunftsrückblick (Backcasting/Future Back Thinking)	136
PRAXIS Blue Ocean Thinking – das besondere Café	138
Cross-Industry-Innovation	142
Brand-Archetyphen	143
Creative Constraints (Einschränkungstechnik)	145

KAPITEL 4

Umsetzung in Bild und Text

Bildgenerierung	148
Wie KI Bilder generiert	149
PRAXIS Promptvariationen mit Seeds	153
Modelle und ihre Einsatzmöglichkeiten	155
PRAXIS Die Wahl des Modells	158
Bildprompts mit Hilfe von KI	162
Bildstile entwickeln und anwenden	163
PRAXIS Mit JavaScript zum Bild – Prompts mit JSON	164
Workflows zur Bild- und Videogenerierung	172
Experimentelle Bildgenerierung	174
Bildbearbeitung	175
Die Qualität verbessern	180
PRAXIS »The inner Orchestra« – KI und Fotografie vereinen	182
Designs generieren	187
PRAXIS Poster-Design mit KI generieren	188
Infografiken generieren	189
Vektorgrafiken generieren	191
Pixelgrafiken vektorisieren	193
Bildgeneratoren – meine persönliche Empfehlung	194
Textgenerierung	195
Kreatives Schreiben	195
PRAXIS Projekte in ChatGPT einrichten	201
Strukturierte Texte mit Frameworks	202
PRAXIS Emotionale Texte mit dem PASTOR-Framework	208
PRAXIS Storytelling aus und mit Bildern durch Promptformel	212
Namensideen entwickeln	216
PRAXIS Namensideen und Schriftzug für eine Modemarke	218

KAPITEL 5

Ideen optimieren und präsentieren

Auswahl und Verbesserung kreativer Ideen	222
Parameter zur Priorisierung definieren	223
Kill your Darlings für mehr Klarheit	223
Premortem für das Risikomanagement	224

Mit SCAMPER Ideen weiterentwickeln	226
PRAXIS SCAMPER zur Verbesserung von Kampagnenmotiven	227
Advocatus Diaboli als kritischer Ideengeber	230
Ähnliches zu Ähnlichem mit Affinity Mapping	231
PRAXIS Advocatus Diaboli – der Widerspruch als kreativer Freund	232
SWOT-Analyse	233
Von komplex zu einfach mit der Kleinkindperspektive	234
PRAXIS Visuals optimieren mit der SimToM	238
Mit AIDA zu mehr Aufmerksamkeit	240
PRAXIS AIDA-Modell zur Anzeigenanalyse	241
Ideen präsentieren	243
Mockups – Entwürfe im Anwendungskontext visualisieren	243
PRAXIS Realistische Mockups mit Freepik	248
Präsentationen erstellen	252
PRAXIS Mit NotebookLM zur Präsentation	254

KAPITEL 6

Künstliche Kreativität

Auswirkungen auf den Menschen	260
Auswirkungen auf die eigene Arbeit	269
Die Chance liegt im Dialog	270
Verantwortung und Recht	271
Fazit	273
Index	274

Die Praxisbeispiele des Buchs

Kreativität im digitalen Zeitalter

Der Zufall als kreative Inspiration	20
Ihre persönliche kreative Checkliste	26

Briefing & Recherche

Kreativbriefing mit RISEN	61
Painstorming mit KI – die Schmerzpunkte sichtbar machen	69
Persona mit ChatGPT entwickeln und mit Bild-KI visualisieren	71
Trendanalyse – Chancen und Risiken in der Zukunft	84

Ideation & Konzeption

»The inner Orchestra« – KI als Quelle der Inspiration	92
Ideboards und Moodboards mit KI	97
Assoziationstechnik für Kampagnenvisuals	107
Mit Provokationen zu neuen Ideen finden	112
Mit Analogien zu neuen Ideen	120
Blue Ocean Thinking – das besondere Café	138

Umsetzung in Bild und Text

Promptvariationen mit Seeds	153
Die Wahl des Modells	158
Mit JavaScript zum Bild – Prompts mit JSON	164
»The inner Orchestra« – KI und Fotografie vereinen	182
Poster-Design mit KI generieren	188
Projekte in ChatGPT einrichten	201
Emotionale Texte mit dem PASTOR-Framework	208
Storytelling aus und mit Bildern durch Promptformel	212
Namensideen und Schriftzug für eine Modemarke	218

Ideen optimieren und präsentieren

SCAMPER zur Verbesserung von Kampagnenmotiven	227
Advocatus Diaboli – der Widerspruch als kreativer Freund	232
Visuals optimieren mit der SimToM	238
AIDA-Modell zur Anzeigenanalyse	241
Realistische Mockups mit Freepik	248
Mit NotebookLM zur Präsentation	254

Index

3D-Design 31
4P 202, 205

A

Adobe Express 187
Adobe Firefly 157
 Stil 168, 170
Adobe Firefly Boards 97
Adobe Illustrator 191
Adobe Sensei GenAI 30
Advocatus Diaboli 230, 232
Affinity Mapping 231
Agent 31
Agentenmodus 80
AIDA 202, 203
AIDA-Modell 240
Algorithmus 28
Analogietechnik 118, 120
Analogy-Prompting 45
Anfangsrauschen 153
Animation 31
Anzeigenanalyse 241
Archetypen 143
Artwork 30
Assistent 31
Assoziationskette 127
Assoziationstechnik 105
 Kampagnenvisual 107
Assoziatives Denken 19
Aufmerksamkeit 18

B

BAB 202, 204
Backcasting 136
Bestätigungsbias 40
Bestätigungsschleife 40
Bewegtbild 30

Bewertungskriterien 40
Bias 35, 265
Bild
 beschreiben lassen 162
 Promptformel 53
 rekonstruieren 166
 Stilvorlage 168
 Storytelling 212
Bildauflösung 180
Bildbearbeitung 31, 175
 Freepik 180
Bildgenerator 155
 auswählen 160
 Modelle 156
Bildgenerierung 148
 Chat 162
 Einflussfaktoren 155
 Ergebnis 155
 experimentell 174
 Workflow 172
Bild-KI 29
Bildmanipulation 30
Bildprompting 122, 162
Bildstil 76, 163
 Textprompt 163
Black Box 149
Blockaden 109
Blue Ocean Strategy 135
Brainstorming mit Promptformel 122
Brand-Archetypen 143
Branding 106
Briefing 58
 analysieren 223
 Bestandteile 59
 ChatGPT-Canvas 62
 Datenschutz 60
 eigene Vorlagen nutzen 60
 eigenständig von KI 63

mit KI 59
 mit RISEN 60
Briefing-Coach 62

C

Canva 156, 257
 Design erstellen 187
 Vektorgrafik 191
Canvas (ChatGPT) 62
Chaining 44
Chain-of-Thought-Methode 216, 257
Chain-of-Thought-Prompting 44, 63, 66, 68, 74
ChatGPT 30, 162
 Agentenmodus 32, 80
 Bildfunktion 29
 Bildprompt schreiben 162
 Canvas-Modus 62
 Deep Research 82
 Infografik 189
 Layout erstellen 187
 Projekt einrichten 201
 Stile 170
 Studieren und Lernen 83
Claude 30
Claude Opus 77
Claude Sonnet 77
Clustering 76
Cluster-Methode 231
ComfyUI, Workflow 173
Confirmation Bias 36
Content-Variationen 31
Contrast-Prompting 45
Copilot 78
Creative Constraints 145

Cross-Industry-
Innovation 142
Crossmediale Projekte 31
Csíkszentmihályi, Mihály 18
Customer Journey 74

D

DALL-E 30
Data Labeling 55
Data-to-Text-Prompting 45
Daten
 auswerten 79
 hochladen 79
Datenschutz 60
de Bono, Edward 16, 100,
 105, 109, 111
Decksy 257
Deepfakes 264
Deep-Research-
 Modus 82, 84
DeepSeek 77
Denken 102
Denoising 152
Design
 generieren 187
 mit Rollen prompten 49
Designkonzept mit RISEN 60
Diffusion Model 30, 152
Digitale Kreativität 23
Digitaler Darwinismus 23
Dilts, Robert 116
Diskriminierung 265
Divergentes Denken 67,
 98, 102
Diversität 267

Dream Studio 174
 Negativprompt 194
Dreifaltigkeit 196

E

Echokammer 39
Einschränkungstechnik 145
Emotionale Inspiration 89, 90
Entfernen-Werkzeug 179
Experimentelles Design 30
Expertenrolle 46
Explorative Prompting 45

F

Faire KI 268
Fakenews 264
Falschinformation 36
Farbfächer 90
Feedback 40
Feedback-Prompting 45
Feedback-Schleifen 40
Few-Shot-Prompting 44, 60
Filterblase 24, 39
Firefly 176
 Fill & Expand 179
 Vektorgrafik 191
Firmengeheimnis 80
FLUX 156
Fragebasiert prompten 132
Fragenstellen 60
Framework 202
 Promptvorlage 202
Freepik 29, 72, 113, 157,
 163, 174
 Bildbearbeitung 180
 Design erstellen 187

Mockup 248
Mockupgenerator 247
Negativprompt 194
Pixelgrafik 193
Prompteditor 166
Spaces 246
Stil 168
Vektorgrafik 191
Workflow 172
Freepik Image Upscaler 181
Freepik Skin Enhancer 181
Future Back Thinking 136

G

GAN → Generative
 Adversarial Networks
Gedankenstriche 196
Gemini 77, 162, 187
Generative KI 27
Generatives Füllen 108, 176
Geschlechterrollen 266
Google-Bildersuche 38
Google Gemini 30
Gordon, William J. J. 114
GPT, eigenes 59
Grok 78

H

Halluzination 35, 80
 vermeiden 40, 80
Haltestellenschild 246
Headline 210
Heldenreise 206
Hidden Layer 149
Hintergrund 53
Hirnaktivität 17

I

Ideaboard 97
Idealfall 111
Ideation 88, 95
Idee
 auswählen 222
 Auswahlkriterien 223
 bewerten 109
 kategorisieren 231
 optimieren 222
 präsentieren 243
 Priorisierung 223
 sammeln 95
 sortieren 231
 umsetzen 99, 100
 verbessern 222
 weiterentwickeln mit
 SCAMPER 226
Ideenfindung 30, 98
 mit Rollen prompten 47
 Probleme durch KI 38
 Vorbereitung 41
Ideogram 108, 156
 Stil 168
Illustration 30
Infografik generieren 189
Informationen 76
Inklusion 267
Inspiration 76, 88
 Arten 89
 durch Zufall 91
Instruction-Prompting 45
Interaktive Inspiration 89, 91
Internationale Projekte 76
Internetrecherche 79
Intuitives Prompting 43
Iteratives Prompting 44, 64

J

JavaScript 164
JSON 164

K

Kahneman, Daniel 36
Kampagnen-Assets 30
Kampagnenkonzept 131
Kampagnenmotiv 227
Kampagnenvisual 106
 Assoziationstechnik 107
Kennzeichnungspflicht 272
Key Visual 248
KI 27
 Auswirkung auf die
 Arbeit 269
 Auswirkungen auf den
 Menschen 260
 Bildgenerierung 30
 Energie 262
 Illusion der Wahrheit 36
 lernen 261
 Rechenzentren 262
 und Fotografie 182
 und Kreativität 34
 vermenschlichen 270
 Vertrauen 35
 wie entstehen Texte 28
KI-Agenten 80
Kill your Darlings 223
KI-Tool
 Auswahl 32
 Einsatzmöglichkeiten 31
 Recherche 33
Kleinkindperspektive 234
KlingAI 156
Kognitive Dissonanz 39
Kombinieren, KI und
 Produkt 72
Konfliktlösung 109
Konsistenz 154
Kontinuität 163
Konvergentes
 Denken 98, 102
Konzept 76
 experimentell 132
 Kampagne 131
 Storytelling 131
 strategisch 131
 visuell 132
Konzeptarten 131
Konzeption 88
 KI 132
 klassisch 130
 mit Rollen prompten 48
Konzeptvisualisierung 30
Kopfstandmethode 117,
 253
Krea 157, 174
Krea.ai
 Stil 168
 Workflow 173
Kreativer Flow 26
Kreatives Schreiben 195
Kreativität 12
 Checkliste 26
 Definition 12
 digital 23
 eigene Definition 14
 Fakten 13
 Gefahren 25
 Voraussetzungen 16
Kreativitätstechnik 105
 KI: Studien 100
 Kombination 119
 mit KI 105
 Zufall 20
Kreativkonzept 131
Kreativtraining 106

Kulturelle Unterschiede 76
Künstliche Intelligenz → KI
Künstliche Kreativität 260

L

Laterales Denken 100
Layout generieren 187
Leonardo AI 157
Licht 53
Llama 104
LLM 30
 Training 28
Look, Kontinuität 163

M

Magnific AI 156, 181
Manipulation 35
manus 257
Marketing, mit Rollen
 prompten 49
Markt, Erweiterung 67
Medienkonzept 131
Mednick, Sarnoff 19
Meta-Prompting 44, 53, 62
Midjourney 29, 30, 90, 152,
 156, 163
 Edit 72
 Negativprompt 194
 Omnireference 72
 Stil 168, 170
Milanote 97
Miro Boards 97
Mistral 78
Mockup 243
 Freepik 248
Mockup Generator 248

Modellarten 30
 Diffusion Models 30
 LLM 30
 multimodal 30
 spezialisierte 31
Moodboard 76, 97, 172
Morphologische
 Matrix 133, 256
Motiv 53
Multimodale Modelle 30
Multi-Prompting 44
Musikdesign 31

N

Namensfindung 106
Namensidee 216, 218, 244
Nano Banana Pro 108,
 162, 179
 Infografik 189
 Mockup 246
 Stil 168
Negativ-Prompting 44,
 64, 194
Negierung 111
Neuronales Netz 149
Node 172
No Makeup 186
NotebookLM 254
Notion 97

O

Objektauswahl-
 Werkzeug 179
Objekt, ersetzen 178
Objektivität 40
One-Shot-Prompting 43, 60
Open-Ended-
 Prompting 43, 59

P

Painstorming 67, 68, 69, 75
PAS 202, 207
PASTOR 202, 207, 208
Persona
 entwickeln 68
 mit ChatGPT entwickeln 71
 mit RISEN 60
 Steckbrief 68
 visualisieren 68
Personalisierung 40
Perspektivenvielfalt 40
Perspektivwechsel 67, 114,
 117, 209, 210, 234, 252
Photoshop
 ChatGPT 175
 Composing 72
 Modelle 176
 Upscaling 181
Pixelgrafik
 vektorisieren 193
Plattformen 157
PO-Methode 111
Poster-Design 188
Präsentation
 erstellen 252
 mit RISEN 60
Präsentationen 31
Premortem 224
Priming 38
Printproduktion 31
Probabilistisch 28
Produktabbildung kombi-
 nieren mit KI-Bild 72
Produktdesign 31
Projekt einrichten in
 ChatGPT 201
Projektplan mit RISEN 60
Projektplanung 109

- Prompt
beschreibend 43
Chain-of-Thought 216
für Midjourney 68
Hilfe 162
mit JSON 164
- Promptarten 43
- Prompt-Battle 126
- Prompt-Chaining 64, 66
- Prompt Engineering 42
- Promptformel 50
Bilder 53
Texte 51
- Prompt-Framework 60
- Prompting 42, 44, 45
Assoziationskette 127
Formel 50
Kreativtechnik 122
- Promptstruktur 50
- Prototyping 31, 99
- Provokations-
 methode 111, 238
- Q**
- Qualität 180
- Quellenvergleich 76
- R**
- Radikale Innovation 111
- Random Input 105
- Rauschen 152
- Realtime-Generator 174
- Reasoning-Modelle 28
- Recency-Effekt 50
- Recherche 76, 96
Modellwahl 76
- Rechercheunterstützung 30
- Recht 271
- Recraft AI, Vektorgrafik 191
- Referenzbild 168
- Remote Association Test
 (RAT) 19
- Reverse Thinking 117
- RISEN 60, 84
- RISEN-Methode 257
- Risiko 225
- Risikomanagement 224
- Role-Prompting 43, 46, 64
Ideenfindung 47
Zielgruppen-
beschreibung 67
- Rollenzuweisung 209, 210
- Runway 30
- S**
- SCAMPER 226, 227
- Scheitern 224
- Schmerzpunkte 69
- Schönheit 266
- Schreibstil analysieren 198
- Sechs Denkhüte 109
- Seed 152
auslesen 153
Promptvariation 153
- Self-Reflection-
 Prompting 44, 64
- Serendipität 18, 21
- Serendipitive
 Inspiration 89, 91
- SimToM 209, 238
- SimToM-Methode 252
- Simulated Theory of
 Mind 74
- Six Thinking Hats 109
- Sketch to Image 174
- Social-Media-Konzept 131
- Socratic Prompting 44, 65,
 75, 83
- Solution 202
- Sonar 77
- Sounddesign 31
- Space 172
- Spiegelung 178
- Stable Diffusion 30, 156
Stil 172
- Star-Story-Solution 202, 206
- Steckbrief 68
- Stil 163
trainieren 170
vortrainiert 170
- Stiltransfer 168
Prompt 169
- Stilvorlage, Bild 168
- Stimmung 53
- Story-Prompting 45
- Storytelling 30, 106,
 210, 212
Konzept 131
- Strategie mit Rollen
 prompten 48
- Strategische Konzepte 131
- Structured Prompting 65, 68
- Strukturierung 30
- Style Reference 168
- Style Transfer Prompting 45
- Suchmaschine KI 33
- Suleyman, Mustafa 34
- Summarization-
 Prompting 45
- SWOT-Analyse 233
- Symbolik 76
- Synektik 114
- Szenario-Prompting 67, 75
- T**
- Tabellarisch auflisten 69
- Text
analysieren 224
emotional mit PASTOR 208
individualisieren 197
Promptformel 51

strukturiert mit
Frameworks 202
verbessern 199
Textentwicklung 30
Textgenerierung 30, 195
Textuelle Inspiration 89, 91
Text zu Vektor 191
Thinking-Modus 257
Topaz Labs 181
Torrance Test of Creative
Thinking 101
Trainingsdaten 35
Trainingsmaterial 151
Transparenz 272
Trendanalyse 76, 84

U

Übertreibung 111, 267
Umkehrtechnik 117
Umkehrung 111
Uncanny-Valley-Effekt 263
Upscaling 180

V

Varianten 166
Vectorizer AI 193
Vektorgrafik generieren 191
Verantwortung 271
Verfälschung 111
Version 155
Vibe-Prompting 43, 66, 68,
75, 127
Videogenerierung
mit JSON 167
Workflow 172
Visualisierung 189, 243
Visual optimieren 238
Visuelle Ideenfindung 30
Visuelle Inspiration 89

W

Walt-Disney-Methode 116
Warm-up 106
Weavy, Workflow 173

Whiteboard 122
Wissen 17
Wissenschaftliche
Recherche 82
Workflow aufsetzen 172
Worst-Case-Szenario 225

Z

Zero-Shot Prompting 43
Zielgruppenanalyse 64
Dialog mit KI 65
faktenbasiert 65
mit RISEN 60
Zielgruppenerweiterung 67
Zielgruppen-Insights 76
Zufall 18, 20
Zufallsgenerator 175
Zufallsmethode 91, 105
Zukunftsrückblick 136, 256
Zukunftsszenarien 76

Quellenverzeichnis zum Download



Auf der Website zum Buch habe ich Ihnen ein umfangreiches Quellenverzeichnis bereitgestellt. Scannen Sie einfach den QR-Code, oder gehen Sie auf die Website des Verlags unter www.rheinwerk-verlag.de/6147. Im Kasten unter »Materialien« finden Sie die PDF-Datei.

Ideenfindung mit KI: die neue Art des kreativen Schaffens

Sie suchen Wege, Ihre Kreativität neu zu entfachen? Dann setzen Sie jetzt KI als Impulsgeberin ein. Der Weg dorthin ist eine Reise in die Welt der technischen Möglichkeiten: In diesem Buch zeigt Ihnen Jenny Habermehl praxisnah, wie Sie Ideen mithilfe von KI systematisch entwickeln, verfeinern und präsentieren.

Klassische Kreativ- und Assoziationstechniken gewinnen durch KI neue Stärke. Mit einfachen wie komplexen Prompts lassen sich kreative Prozesse gezielt steuern und bessere Ergebnisse erzielen für neue Spielräume Ihres kreativen Schaffens. Starten Sie jetzt und schöpfen Sie die neuen Möglichkeiten voll aus!

»Generieren, verfeinern
und bewerten Sie Ideen
systematisch mit KI.«



Jenny Habermehl ist freiberufliche Kreativdirektorin, Fotografin und KI-Expertin. Seit 2018 beschäftigt sie sich intensiv mit generativer KI und wie sich diese auf die menschliche Kreativität auswirken kann. Mit ihren Büchern, Workshops und Vorträgen möchte sie anderen Kreativen den Einstieg in das Thema KI erleichtern und über Chancen und Risiken aufklären.

Aus dem Inhalt

Grundlagen

- > Kreativität im digitalen Zeitalter
- > KI-Modelle, Prompting
- > Bild-/Textgenerierung
- > Ethische Herausforderungen

Briefing und Recherche

- > Effiziente Kreativbriefings
- > Recherche mit KI
- > Zielgruppenanalyse und Personas
- > Trendanalysen

Ideation und Konzeption

- > Wege zur Inspiration
- > Mood- und Ideboards
- > Klassische Kreativitätstechniken mit KI
- > Prompting als Kreativtechnik
- > Brainstorming mit Promptformeln
- > Konzepte entwickeln
- > Storytelling und Naming

Ideen finalisieren

- > Ideen bewerten und optimieren
- > Mockups, Präsentationen

