

Markus Mallaun

Marken & KI

Wie Unternehmen
ihre visuelle
Kommunikation
neu denken

- + Der Praxisleitfaden zu Corporate Image
- + Markenbilder mit KI produzieren
- + Tools, Prompting, Workflow und Recht

Vom Prompt zum Bild – die Magie des richtigen Inputs

Am Anfang steht immer der Prompt – das ist nichts anderes als die Anweisung an den KI-Bildgenerator, was er erzeugen oder verändern soll. Ohne Prompt weiß die KI schlicht nicht, in welche Richtung sie arbeiten soll. Er ist der Startschuss für den kreativen Prozess und vergleichbar mit einem Briefing an einen Fotografen, eine Fotografin oder den oder die Art Director.

Ich fasse das Kapitel einmal in drei Grundsätzen zusammen.

1. Je klarer und präziser ein Prompt formuliert ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass das Ergebnis den eigenen Vorstellungen entspricht.
2. Wichtige Informationen und Wörter am Anfang des Prompts – weniger wichtige Zusatzinformationen am Schluss des Prompts.
3. Wenn Ihnen die Prompt-Phantasie ausgeht, ist die KI eine dankbare Hilfe, die Ihnen in jeder Situation weiterhilft.

Wir werden uns nun in den kommenden Kapiteln ausführlich mit der Magie von impact-starken Prompts befassen. Weniger mit dem Prompt selbst, sondern mit der Technik und dem Weg – also der Methode –, wie man zum richtigen Prompt kommt und mit welchen Denkmustern Sie Ihren visuellen Pixelwerken zu mehr Kraft und Wirkung verhelfen.

4.1 Prompting ist ein Prozess und doch kein Zauberspruch

So magisch sich vielleicht meine Einleitung angehört hat – Prompting ist doch selten eine Punktlandung. Es ist ein Prozess aus Annäherung, Korrektur und Feinschliff. Wer mit KI-Bildgeneratoren arbeitet, sollte sich deshalb von der Idee verabschieden, dass es den einen perfekten »Magic-Prompt« gibt. Den mag es geben. Ganz bestimmt. Aber viel zielführender ist es, wenn Sie das Prompting stattdessen als Kreislauf verstehen: ausprobieren – überprüfen – anpassen – neu probieren.

Genauso arbeitet man auch in der realen Bildproduktion: Man macht Testshots, überprüft Licht, Perspektive oder Styling, passt Details an und fotografiert erneut. Prompting ist nichts anderes – nur findet dieser iterative Prozess vollständig auf der textlichen Ebene statt. Der Grund dafür liegt im Wesen der Technologie selbst. KI-Bildgeneratoren arbeiten probabilistisch. Kurz gesagt bedeutet es: Die KI-Bildgeneratoren »wissen« nicht, wie ein Bild aussieht, sondern sie erraten es basierend auf Wahrscheinlichkeiten. Sie interpretieren einen Prompt nicht wie eine exakte Bauanleitung, sondern als Richtungsangabe. Selbst kleine sprachliche Änderungen können große visuelle Auswirkungen haben. Gleichzeitig bringt jedes Bild eine Zufallskomponente mit, da der Prozess immer aus einem anderen Rauschzustand (siehe Abschnitt 3.2.2) startet.

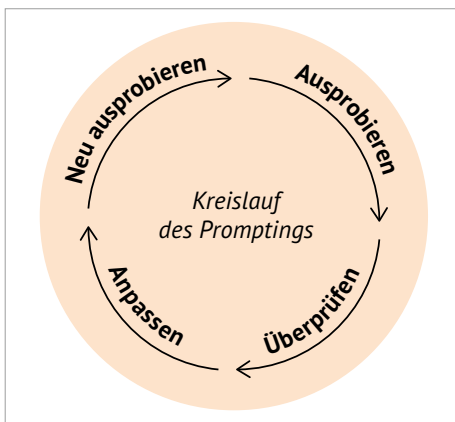


Abbildung 4.1 Der Kreislauf des Promptings. Prompting ist nie eine Punktlandung oder ein simpler Zauberspruch.

4.1.1 Arbeiten mit Prompt-Log-Files und Sprachmodellen

Ein Prompt, der »fast richtig« ist, ist ein hervorragender Ausgangspunkt, aber selten das Ziel. Aus diesem Grund arbeite ich bei jedem neuen Bild konsequent mit einem Prompt-Log-File. Das ist ein bisschen wie ein Kochrezept, das ich jedes Mal ein klein wenig anpasse, wenn ich den Probierlöffel in die Soße tunke. Prompt-Log-File hört sich ebenfalls sehr hochstehend an, ist aber bloß ein einfaches Textdokument, in dem ich jeden ausprobierten Prompt Schritt für Schritt notiere. Dort halte ich fest:

- Die ursprüngliche Version
- Gezielte Anpassungen
- Varianten mit veränderten Gewichtungen oder Beschreibungen
- Vielleicht auch eine kurze Notiz, warum ein Prompt funktioniert hat oder eben nicht.

Alternativ zum Prompt-Log-File, bzw. meistens ergänzend, arbeite ich direkt mit Sprachmodellen wie ChatGPT oder Gemini, die mir einerseits beim Prompten hel-

fen und gleichzeitig auch eine Form von Log-File produzieren, auf dem Weg zum perfekten Prompt.

Anpassungen verfeinern Schritt für Schritt den ursprünglichen Prompt – mit jeder Iteration wird er präziser, strukturierter und näher an der gewünschten Bild-idee. Am Ende steht ein präziser Prompt, der im Generator genau das Bild erzeugt, das ich im Kopf hatte. Die KI ist schließlich ein Meister darin, gezielte Änderungsanweisungen zu verstehen: »Reduziere die Menge der Tinte«, »Halte 90 % des Wassers kristallklar«, »Der Moment soll unmittelbar nach dem Eintropfen liegen.«

Diese drei Prompt-Anpassungsschritte habe ich übrigens tatsächlich gebraucht, bis Midjourney das Wasserglas mit dem Tintentropfen in der richtigen Ausführung »begriffen« hat.

PROMPT

Photorealistic close-up: a woman uses a dropper above a clear glass of crystal-clear water. A single micro-droplet of methylene blue has just fallen in, creating a small, concentrated blue plume the size of a walnut, with fine filament-like diffusion trails, soft turbulence, the rest of the glass is completely clear and colorless. No second drop, no dyeing of the whole water. High-key modern kitchen, bright natural window light, clean minimal background bokeh, realistic glass highlights, macro look, shallow depth of field, ultra-realistic --chaos 5 --ar 4:5 --style raw --stylize 50



Abbildung 4.2 Die schrittweisen Promptanpassungen führen zum richtigen Bild.

Ob mit Prompt-File oder mit Unterstützung eines Sprachmodells – beide Methoden haben eine zentrale Gemeinsamkeit: Erfolg bei der Arbeit mit Bildgeneratoren entsteht durch strukturierte Iteration, nicht durch Perfektion im ersten Versuch.

Wer Prompting als einmalige Eingabe versteht, wird schnell frustriert sein. Wer es hingegen als kreative Entdeckungsreise betrachtet und diese Reise gleichzeitig als strukturierten Prozess begreift, bei dem ab und zu pinkfarbene Einhörner auftauchen, hat viel mehr Freude daran, gewinnt spürbar mehr Kontrolle und erschafft letztlich bessere Bilder.

4.1.2 Wie »denkt« die Maschine? Ein Blick ins Innere von KI und Machine Learning

Auch wenn uns KI-Bildgeneratoren mittlerweile beinahe menschlich erscheinen – mit Verständnis, Witz, vermeintlicher Kreativität oder gar Intuition hat ihre Funktionsweise herzlich wenig mit uns Menschen zu tun. Ich nehme mal an, dass Sie mit großer Wahrscheinlichkeit zu den 60 % der Menschheit gehören, die Ihrem Chat-Bot »Danke« sagen. Hinter der charmanten Benutzeroberfläche von KI-Software steckt nichts anderes als ein riesiges mathematisches Modell. Oder, wie mein Nachbar John es trocken formulieren würde: »Eine KI ist nur eine gigantische Anordnung von Nullen und Einsen. Punkt.« Tatsächlich basiert das System auf sogenannten *neuronalen Netzen*, also digitalen Nachbildungen unseres Gehirns, allerdings mit klar definierten Aufgaben: Muster erkennen, Wahrscheinlichkeiten berechnen und darauf basierend Entscheidungen treffen.

Sie können sich das Ganze vorstellen wie einen riesigen Wahrscheinlichkeitsjongleur. Die Maschine weiß nicht, *was* ein Pferd ist. Aber sie hat anhand von Millionen Bild-Text-Kombinationen gelernt, wie ein Pferd in typischer Umgebung aussieht, welche Formen oft gemeinsam auftreten und welche Farbverläufe wahrscheinlich dazugehören. Sie rechnet nicht mit Bedeutung, sondern mit statistischer Wahrscheinlichkeit und Gewichtungen.

Je präziser also Ihr Prompt ist, desto exakter kann die Engine im Bildermeer der Wahrscheinlichkeiten fischen. Und je klarer die Gewichtung bzw. Reihenfolge Ihrer Promptinhalte ist, desto klarer wird ihr, welche Bildelemente wie berücksichtigt werden müssen.

Fazit: Wer verstehen will, wie KI funktioniert, muss lernen, *wie sie denkt* – oder genauer gesagt: *wie sie rechnet*. Das macht Prompting nicht nur effizienter, sondern auch deutlich spannender. Denn Sie beginnen, mit der Maschine zu »sprechen«, statt nur mit ihr zu spielen.

4.1.3 Von einfach bis komplex – das Prompt-Universum

Die Möglichkeiten der Promptformulierung sind sehr vielfältig und der Weg dorthin ebenfalls. Grundsätzlich lassen sich drei Phasen bei der Prompterstellung und -entwicklung unterscheiden:

- Phase 1: Die Prompt-Pyramide mit den Basisinformationen – **Was sage ich der KI?**
- Phase 2: Das technische Cockpit – **Wie steuere ich die KI über Parameter?**
- Phase 3: Referenzen-Input – **Referenzbilder, nach denen sich die KI richten soll (Szene, Stil, Charakter)**

Sie können diese drei Phasen auch als Abstimmungsstufen und Möglichkeiten der Promptverfeinerung betrachten. Mit jedem Schritt folgen mehr Informationen und detailliertere Angaben. Oder Sie verwenden die Informationen grundsätzlich als Inspiration und gigantischen Auswahlkatalog für mögliche Parameter, die Sie gezielt verändern wollen.



Abbildung 4.3 Der perfekte Promptprozess im Überblick: Phase 1 (Basisinformationen), Phase 2 (Fine-Tuning) und Phase 3 (Referenzen)

Persönlicher Praxis-Tipp: Log-Files und Promptbibliothek

Ich habe Ihnen schon beschrieben, dass ich stets ein simples Prompt-Log-File führe – ein einfaches Textdokument, in dem ich alle Promptversuche dokumentiere. So sehe ich auf einen Blick, welche Formulierungen gute Ergebnisse liefern, und kann nachvollziehen, welche Begriffe ins Leere laufen oder welche Kombinationen ich bereits ausprobiert habe. Bei den meisten Bildern gehe ich schrittweise vor: Ich passe Parameter an, verfeinere bestimmte Begriffe oder lasse Formulierungen ganz weg, um herauszufinden, wie sich das Ergebnis verändert. Dieses systematische Vorgehen bringt nicht nur bessere Bilder, sondern hilft auch, den eigenen Promptstil zu entwickeln.

Mit der Zeit steigt nicht nur das Wissen. Es entsteht eine kleine, aber feine Promptbibliothek, auf die Sie immer wieder zurückgreifen können.

4.2 Phase 1: Die Prompt-Pyramide mit den Basisinformationen

Die Prompt-Pyramide ist eines der besten Frameworks, um ohne Umwege den ersten eigenen Prompt-Gehversuch zu starten – sie ist sozusagen »Stützräder für Prompt-Novizen«. Sie bündelt alle Grundzutaten, die ein funktionierender Bild-Prompt braucht. Und das Beste: Wenn Sie diese Basics einmal drin haben, kann praktisch jede Bild-KI daraus bereits ein sauberes, überzeugendes Ergebnis bauen.

Die Pyramide funktioniert wie ein Baukasten und gleichzeitig wie eine Checkliste: Sie erinnert Sie daran, welche Bestandteile ein starker Prompt beinhalten sollte und in welcher Reihenfolge diese idealerweise formuliert werden. Arbeiten Sie sich immer von oben nach unten durch: Die obersten Ebenen (Medium, Hauptmotiv, Aktivität) tragen das meiste Gewicht für die KI und sind entscheidend für die Bildstruktur. Weiter unten kommen Details wie Licht, Stimmung oder Technik – sie geben dem Bild Tiefe, Charakter und Qualität.

Je klarer und spezifischer Sie Ihre Vorstellung beschreiben, desto mehr Kontrolle gewinnen Sie über das Endergebnis. Es gilt der einfache Grundsatz: Je präziser der Input, desto beeindruckender der Output.

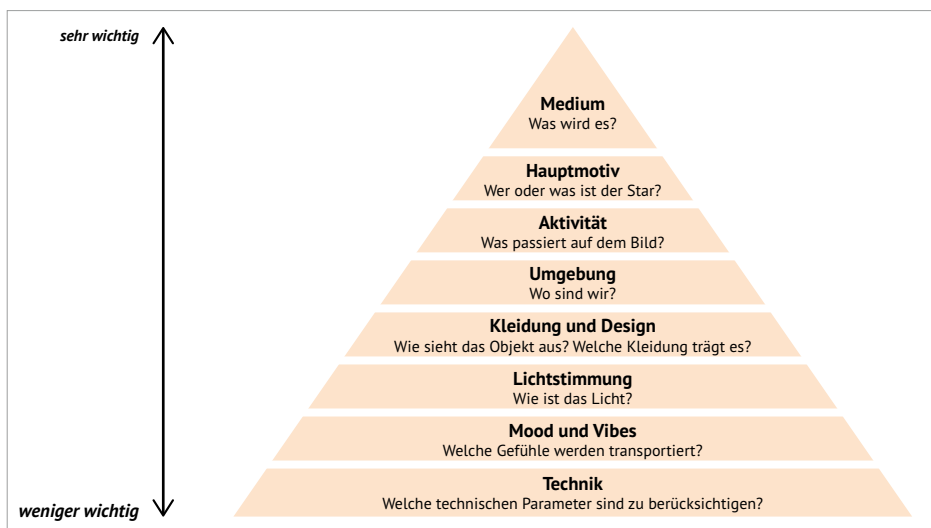


Abbildung 4.4 Die Prompt-Pyramide unterstützt Sie dabei, Schritt für Schritt alle relevanten Informationen für einen präzisen und wirkungsvollen Bild-Prompt zusammenzuführen.

Die Technik, mit einem Text (Prompt) ein Bild zu generieren, nennt man *Text-to-Image*. Die Qualität des Prompts entscheidet, wie das Bild generiert wird – ob durch einfache Stichworte oder durch komplexe Text-to-Image-Beschreibungen. Was auf den ersten Blick einfach wirkt (»Ich schreibe einfach, was ich sehen will«),

ist in Wahrheit die zentrale kreative Disziplin im KI-Workflow. Ein guter Prompt ist nicht einfach ein Befehl, sondern eine möglichst präzise, strategisch durchdachte Beschreibung. Je klarer, strukturierter und durchdachter ein Prompt formuliert ist, desto höher ist die Chance, ein stimmiges und brauchbares Ergebnis zu erhalten.

Die meisten KI-Bildgeneratoren sind übrigens auf englischsprachige Prompts optimiert. Zwar erkennen viele Tools auch deutsche Begriffe, aber oft fehlt ihnen die Detailtiefe und die Raffinesse der Sprachfeinheiten. Die Resultate können deshalb tatsächlich abweichen. Wenn Sie möglichst präzise, konsistente und wiederholbare Ergebnisse erzielen möchten, fahren Sie deshalb besser mit englischen Prompts. Anstatt sich auf die groben Sprachinterpretationen der Bildgeneratoren zu verlassen, empfehle ich das Prinzip »KI hilft KI«. Schreiben Sie Ihre Prompts zuerst auf Deutsch. Diesen Prompt lassen Sie dann durch ein spezialisiertes KI-Übersetzungstool (etwa DeepL) ins Englische übersetzen. Das führt zu massiv besseren Ergebnissen und weniger Enttäuschung.

Unter dem Stichwort »KI hilft KI« fällt auch der Ansatz, für die Erarbeitung von Prompts bewusst ein bevorzugtes KI-Tool oder sogar ein Netzwerk von Agenten einzusetzen. Plattformen wie ChatGPT oder Gemini sind besonders gut darin, einfache Sprachbeschreibungen – also die Beschreibung der geplanten Bildidee oder Geschichte – zu interpretieren und je nach Zielsystem (KI-Bildtool) in eine passende Promptstruktur zu übersetzen. So können Sie sich im ersten Schritt vollständig auf Ihre Vision und die bildliche Vorstellung des Fotos konzentrieren, ohne sich bereits zu Beginn mit technischen Parametern wie Seitenverhältnis, Objektivwahl oder der Körnigkeit des Bildlooks auseinandersetzen zu müssen. In Kapitel 5 befassen wir uns ausführlich mit dieser Technik.

Wichtiger Hinweis für alle Pragmatiker und Pragmatikerinnen

Auf den nächsten Seiten lernen Sie Prompting richtig von der Pike auf: Wie Sie einen Prompt sauber aufbauen, ihn fachmännisch in seine Teile zerlegen und wie Sie sich gedanklich zum Master der Bildgenerierung per Sprachbefehl transformieren. Für alle, die lieber die Abkürzung nehmen wollen (einfacher, bequemer – aber nicht weniger zielführend), gibt es eine klare Empfehlung: Springen Sie in den Abschnitt 4.4, »Referenzen-Input«. Dort lernen Sie, wie Sie die KI nicht nur mit Worten steuern, sondern ihr direkt zeigen, was Sie meinen, indem Sie Referenzbilder hochladen: Die KI soll ähnliche Bilder bauen, Stile sauber übernehmen und mit Referenzen konsistente Szenen und Charaktere erzeugen – besonders praktisch für Markenbildwelten, Bildstrecken, wiederkehrende Looks und alle, die den Dampfkochtopf dem stundenlangen Schmoren vorziehen. Und für alle, die es noch eine Portion pragmatischer angehen wollen, sind in Abschnitt 4.5, »KI hilft KI«, gut aufgehoben – dort lernen Sie, wie Sie Prompts ganz einfach mit KI- bzw. LLM-Tools erstellen können, ohne sich auch nur ein einziges Mal mit mühsamen Promptbefehlen auseinandersetzen zu müssen.

4.2.1 So bauen Sie Ihren Prompt – Schritt für Schritt

Die Prompt-Pyramide dient als strukturierte Anleitung zur Entwicklung eines wirkungsvollen Bildprompts. In der folgenden Tabelle finden Sie zu jeder Ebene der Pyramide die passende Leitfrage sowie ein Beispiel, wie sich diese Information direkt im Prompttext umsetzen lässt.

Nutzen Sie diese Übersicht als Orientierung und Bauplan – sei es beim Formulieren eigener Prompts oder beim Verfeinern bestehender Beschreibungen. Im Anschluss erhalten Sie von mir eine ganze Sammlung von Prompt-Elementen, bei denen Sie sich bedienen können, wie ein Siebenjähriger mit glänzenden Augen in Tante Emmas Süßigkeitenladen.

Ebene	Leitfrage	Beispielprompt (Malermotiv)
Medium	Was soll entstehen?	Corporate-Foto
Hauptmotiv	Wer oder was steht im Mittelpunkt?	Ein professioneller Maler, 35 Jahre alt, mit sympathischem Gesichtsausdruck
Aktivität	Was passiert auf dem Bild?	Er streicht eine weiße Zimmerwand mit einem großen Roller
Umgebung	In welchem Setting befinden wir uns?	Helles, modern eingerichtetes Wohnzimmer mit großen Fenstern und Holzparkett
Kleidung und Design	Wie sieht das Motiv aus? Was trägt es?	Arbeitskleidung in Weiß, sauber, mit Logo auf der Brusttasche, weiße Handschuhe
Lichtstimmung	Wie wirkt das Licht?	Natürliches, weiches Tageslicht von links, leichte Schatten für Tiefe, keine Überstrahlung
Mood und Vibes	Welche Gefühle soll das Bild transportieren?	Kompetenz, Ruhe, Vertrauen – ein Handwerker, der weiß, was er tut. Stil: freundlich, aber professionell
Technik	Welche technischen Parameter müssen berücksichtigt werden?	Querformat 16:9, Kamera leicht erhöht, Brennweite ca. 50 mm, Fokus auf Gesicht, offener Blendenstil mit Bokeh im Hintergrund

Tabelle 4.1 Der Bauplan für jeden guten Prompt

Hier ein Beispiel für einen Prompt nach unserem Bauplan:

PROMPT CORPORATE-FOTO

Ein professioneller Maler, 35 Jahre alt, mit sympathischem Gesichtsausdruck streicht konzentriert eine weiße Zimmerwand mit einem großen Roller. Die Szene spielt in einem hellen, modern eingerichteten Wohnzimmer mit großen Fenstern und Holzparkett. Er trägt saubere, weiße Arbeitskleidung mit Logo auf der Brusttasche und weiße Handschuhe. Natürliches, weiches Tageslicht fällt von links ein, leichte Schatten erzeugen Tiefe. Das Bild vermittelt Kompetenz, Ruhe und Vertrauen – es wirkt freundlich und professionell. Querformat 16:9, Kamera leicht erhöht, Brennweite ca. 50 mm, Fokus auf Gesicht, offener Blendenstil mit sanftem Bokeh im Hintergrund.



Abbildung 4.5 Unser Maler – frisch mit der Prompt-Pyramide generiert (Midjourney)

4.2.2 Medium

Mit »Medium« meine ich die simpelste, aber wichtigste Grundfrage: Was für eine Art Bild soll es werden? Diese Angabe ist für die KI ein enorm wichtiger Startpunkt, weil sie daraus bereits viele Grundparameter ableiten kann. Durch ihre riesigen Trainingsdaten hat sie sehr gut gelernt, wie bestimmte Bildtypen mit hoher Wahrscheinlichkeit aussehen und woran sie dabei »automatisch« denken muss.

Ein Sportbild zieht fast von selbst sportliche Menschen, Dynamik und Aktion nach sich. Ein Fashion-Bild landet sehr schnell bei Models, Styling, Pose und Look. Und ein Autobild hat nur in den seltensten Fällen mit Eichhörnchen zu tun.

»KI ist biased« – ja, und genau darum ist das Medium so wichtig

Oft wird kritisiert, dass KI-Systeme »biased« sind und sich durch die systematische Voreingenommenheit gern an Klischees bedienen. Ich finde diese Diskussion völlig überbewertet. Nicht, weil das Problem nicht existiert, sondern weil es im Kern schlicht mit Statistik und Wahrscheinlichkeit zu tun hat. Die KI greift zuerst nach dem, was sie am häufigsten gesehen hat. Das ist kein böser Wille, sondern Mathematik. Und genau deshalb lernen wir in diesem Buch nicht, einen simplen Prompt zu tippen und dann das erstbeste Ergebnis zu verwenden. Im Gegenteil: Wir sind uns dieser Herkunft aus Wahrscheinlichkeiten bewusst und nutzen alle Werkzeuge, die uns zur Verfügung stehen, um das Bild gezielt zu steuern. So lange, bis es zu unserer Kommunikationsbotschaft, zu unserer Zielgruppe und zu unserer Marke passt.

Wenn Sie das Medium also klar setzen, geben Sie der KI eine Art Schublade, in die sie das Motiv gleich zu Beginn einsortieren kann – inklusive typischer Perspektiven, Lichtstimmungen, Bildkompositionen und Details. Das spart Ihnen später nicht nur Zeit, sondern auch viel Herumdoktern am Prompt. Hier eine breite Auswahl an gängigen Fotoarten, die Sie direkt als Medium-Begriff in den Prompt schreiben können:

Promptbegriff	Bedeutung
documentary photo	dokumentarisch, beobachtend, echt
reportage photo	Momentaufnahme, »dabei statt daneben«
street photo	urban, spontan, ungestellt, oft mit Körnung
editorial photo	magazinig, kuratiert, stilbewusst
fashion photo	Mode im Fokus, Look und Pose bewusst gesetzt
beauty photo	nah, Haut, Make-up, Details, Präzision
portrait photo	Mensch im Mittelpunkt, Ausdruck, Persönlichkeit
corporate photo	Firmenfotos, professionell, vertrauenswürdig, markentauglich
business portrait	seriös, sauber, klarer Auftritt
headshot	stark fokussiert, Gesicht, Blick, wenig Ablenkung
lifestyle photo	»echt wirkend«, aber oft bewusst inszeniert
event photo	dokumentiert, lebendig, Licht oft herausfordernd

Promptbegriff	Bedeutung
product photo	klar, kontrolliert, Material und Form sichtbar, Fokus auf »product is the hero«
packshot	freigestelltes Produkt, Studio, maximal sauber
still life photo	arrangiert, ruhig, grafisch, bewusst komponiert
food photo	appetitlich, texturbetont, Licht ist alles
architecture photo	Linien, Perspektive, Präzision
interior photo	Räume, Stimmung, Design, Lichtführung
landscape photo	Weite, Natur, Lichtstimmung, Tiefe
travel photo	Atmosphäre, Ort, Kultur, Menschen (optional)
sport photo	Dynamik, Timing, eingefrorene Bewegung
wildlife photo	Distanz, Tele-Feeling, Naturmoment
macro photo	Details, Strukturen, kleine Welten
close-up photo	Nähe, Fokus, Intimität
night photo	Low Light, Kontraste, Lichtquellen erzählen mit
underwater photo	Wasserlook, Partikel, Lichtstrahlen, Blautöne
aerial photo/drone shot	Übersicht, Geometrie, Muster
cinematic film still	wie ein Filmframe, Stimmung, Drama
analog film photo	Körnung, Farbcharakter, Nostalgie
polaroid photo	Sofortbild-Charme, weich, unperfekt
studio photo	kontrolliertes Licht, sauber, präzise
high key photo	hell, weich, freundlich
low key photo	dunkel, dramatisch, konzentriert
fine art photo	künstlerisch, reduziert, Interpretation
fantasy photo	realistisch fotografiert, aber unmöglicher Inhalt
hdr photo	überzeichneter Dynamikumfang, sehr detailreich, oft »crispy«
employee portrait	nahbar, professionell, »vertrauenswürdig«, corporate-tauglich

Tabelle 4.2 Wichtige Promptbegriffe für das Medium Fotoarten

Weitere Bildtypen, die eher grafisch/illustrativ und nicht direkt fotorealistisch sind:

Promptbegriff	Bedeutung
illustration	gezeichnet, grafisch, stilisiert (von simpel bis komplex)
3D-render/3D-Darstellung/ Simulation	plastisch, kontrolliert, wie CAD/CGI, perfekte Kanten
game scene	wie ein Screenshot aus einem Videospiel, oft mit »Engine-Look«
infographic	visuelle Erklärung, Icons, Diagrammlogik
technical diagram	schematisch, funktional, »so funktioniert es«
isometric illustration/isometric render	3D-Optik ohne Perspektivflucht, sehr »clean«
mockup photo	Produkt in Anwendungssituation, »aufgesetzt, aber realistisch«
concept art	filmisch-künstlerisch, Ideenvisualisierung, Stimmung zuerst
storybook frame	wie ein Panel, erzählerisch, klarer Moment
matte painting	epische Hintergründe, filmische Welt, sehr atmosphärisch
architectural visualization	Architektur-Rendering, sauber, designorientiert

Tabelle 4.3 Wichtige Promptbegriffe für das Medium Illustration

4.2.3 Hauptmotiv

Das Hauptmotiv ist der Anker Ihres Bildes. Es beantwortet die Frage: Worauf soll das Auge als Erstes fallen? Wenn Sie das Hauptmotiv sauber definieren, trifft die KI schneller die richtige Priorität und das Bild wirkt weniger »zufällig generiert«, sondern bewusst gestaltet. Wie Sie gleich sehen werden, muss ein Hauptmotiv nicht immer ein Mensch sein und selbst wenn, reicht die Bezeichnung »Mensch« selten aus. Es hilft, wenn Sie zwar so einfach wie nötig bleiben, aber eben auch so präzise wie möglich. Damit das schnell geht, habe ich Ihnen mögliche Hauptmotive in verschiedene Kategorien gegliedert.

Motivart	Bereich	Promptbeispiel
Hauptmotiv Menschen	Demografische Darstellung	single person, woman, man, teenager (17+), child, group of people
	Rolle	employee/staff member, CEO, team, customer, family
	Beruf	athlete, musician, chef, doctor, artisan, construction worker
Hauptmotiv Produkte und Objekte	Produktarten	product, packaging, bottle, watch, smartphone, tool, chair, lamp, handbag
	Produktdarstellung	object close-up, hero object, product in hand
Hauptmotiv Architektur und Räume	Gebäude	building, facade, entrance, office interior, meeting room, kitchen, hotel lobby
	Umgebung	urban street, café interior, train station, gymnasium, sports hall, luxury villa, alpine chalet, hospital
Hauptmotiv Natur und Tiere	Landschaft	landscape, mountain range, forest, beach, lake, wild animal, bird
	Tiere	pet dog, pet cat, lion, horse, cow, sheep, goat, pig, rabbit, hamster, mountain flea, mudskipper
Hauptmotiv Fahrzeuge und Technik	Fahrzeug	car, motorcycle, bicycle, train, airplane
	Technik	machine, robot, industrial equipment
Hauptmotiv Essen und Getränke	Speisen und Getränke	dish, bowl, burger, pasta, dessert, coffee cup, cocktail
	Food-Inszenierung	ingredient close-up, steam rising from food

Tabelle 4.4 Promptbegriffe im Bereich Hauptmotiv

Wichtig

Begriffe wie »meeting room«, »kitchen«, »hotel lobby« oder »café interior« gehören nur dann zum Hauptmotiv, wenn genau dieser Raum das eigentliche Thema des Bildes ist (etwa bei Innenarchitektur oder Raumstimmung). In allen anderen Fällen sind es Umgebungen, die wir erst in einem weiteren Schritt der Prompt-Pyramide definieren.

Sechs Angaben zur Ergänzung

Und noch ein Tipp, wie Sie Ihr Hauptmotiv schärfen: Es gibt sechs Angaben, die fast immer helfen. Wenn Sie wollen, dass die KI den »Star« wirklich trifft, ergänzen Sie beim Hauptmotiv kurz:

1. Die Anzahl: eine Person, zwei Personen, Gruppe, ein Objekt, mehrere Objekte
2. Das Alter/Typ (bei Menschen): ca. 25 Jahre, Mitte 40, älter; seriös, urban, nerdy etc.
3. Besondere Merkmale: Sommersprossen, Brille, Bart, Locken, Tattoo etc.
4. Eine Pose/Status: stehend, sitzend, laufend, lächelnd, nachdenklich, in Aktion
5. Ein Outfit/Design: Business, Streetwear, Sport, elegant; Material/Farbe
6. Den Fokus: Nahaufnahme (close-up), Halbkörperaufnahme (mid-shot, half body shot), Ganzkörperaufnahme (full body), hero shot (stellt die Figur ins Zentrum)

Typische Stolperfalle (und wie Sie sie vermeiden)

- »Eine Person« ist zu vage. Sagen Sie besser: »eine Frau, ca. 30, Sommersprossen, kurzer Bob, direkt in die Kamera«
- Zu viele Hauptmotive helfen nicht weiter. Entscheiden Sie sich: »Wer ist der Star?« – und alles andere wird Kontext.

Beispiele

Was also könnte jetzt ein Beispiel für ein mögliches Hauptmotiv sein?

- Porträt: »single person, female, 28 years old, freckles, warm eye contact, close-up portrait«
- Corporate: »employee, mid 30s, friendly, business casual, confident posture, headshot«
- Produkt: »hero product shot, premium watch, brushed metal, minimal background«
- Food: »close-up food photo, cappuccino with latte art, steam, ceramic cup«

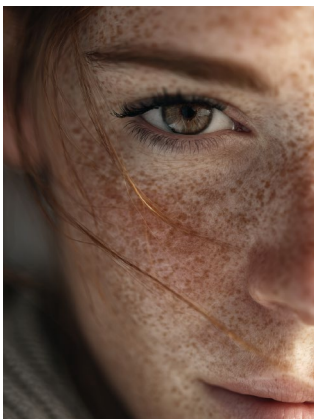


Abbildung 4.6 Das wären zwei Beispiele nur für das Hauptmotiv: das Porträt und ein Hero shot

4.2.4 Aktivität

Aktivität ist der Teil im Prompt, der aus einem statischen Bild einen Moment macht. Sie sagt der KI, ob das Motiv einfach nur da ist oder ob etwas passiert: eine Handlung, eine Interaktion, ein Timing. Genau dadurch wirkt ein Bild glaubwürdiger, weniger gestellt und oft auch emotionaler.

Und noch wichtiger: Aktivität gibt dem Bild eine Richtung. Sie bestimmt automatisch auch Körperhaltung, Blick, Gestik, Spannung in den Muskeln, Faltenwurf in der Kleidung, Dynamik im Haar und ganz nebenbei auch, ob das Bild eher nach »Pose« oder nach »Leben« aussieht. Denken Sie die »Aktivität« in drei Stufen – das wirkt immer:

- **Stufe 1: Still (Minimal-Aktion):** Wenn Sie Kontrolle wollen und das Bild ruhig wirken soll. Beispiele: standing, sitting, leaning against a wall, looking into camera, looking away, hands in pockets, arms crossed, picking nose
- **Stufe 2: Alltag (natürliche Handlung):** Wenn es nach »echtem Leben« aussehen soll, ohne Actionfilm. Beispiele: drinking coffee, laughing, talking, texting, walking, reading, working on laptop, tying shoes, carrying a bag, waiting at a tram stop, dropping keys and trying to catch them mid-air, milking a cow, stepping on a LEGO brick.
- **Stufe 3: Dynamik (Action und Energie):** Wenn Bewegung, Tempo oder Drama im Bild spürbar werden soll. Beispiele: running, jumping, dancing, spinning, skating, sprint start, hair in motion, turning head quickly, throwing water, crowd moving

Aber Aktivität ist nicht nur »Tun«, sondern auch »Wie«. Viele vergessen: Eine Aktivität hat immer eine Qualität. Das »Wie« macht den Unterschied zwischen generisch und glaubwürdig. Ergänzen Sie daher Begriffe wie

- entspannt: calm, relaxed, casual



Abbildung 4.7 High-Fashion-Bild mit dem Promptzusatz Aktivität: relaxed

- hektisch: rushed, nervous, chaotic
- intim: gentle, close, tender
- aggressiv: intense, tense, confrontational
- verspielt: playful, cheeky, goofy
- professionell: focused, confident, purposeful

Verwenden Sie immer auch Aktivitätsverben für starke Bilder:

- interaktiv: talking, whispering, arguing, flirting, hugging, kissing, high-fiving
- in Bewegung: walking, running, sprinting, jumping, dancing, spinning, falling, climbing
- Hände: holding, pointing, touching face, adjusting glasses, fixing hair, lighting a cigarette, pouring coffee
- Bei der Arbeit/Handwerk: typing, writing, sketching, cooking, cutting, assembling, repairing, photographing
- Kleine Bewegungen: mid-laugh, caught in a blink, looking over shoulder, turning head, subtle smile

Miniregel

- Aktivität kurz halten, aber klar.
- Klare Aktivitäten brauchen weniger Adjektive. Wenn Sie schreiben »Eine Frau lehnt am Schaufenster und isst einen Apfel« oder »Ein Sportler sprintet aus dem Startblock«, ist das oft wirksamer als zehn Adjektive, weil die KI sofort weiß, welche Szene sie bauen soll.
- Je stärker die Aktivität, desto eher braucht es später auch Technikhilfe (etwa »kurze Verschlusszeit« für das Einfrieren oder »lange Verschlusszeit« für Bewegungsunschärfe).

4.2.5 Umgebung

Die Umgebung ist der Kontext Ihres Bildes. Sie beantwortet die Frage: Wo spielt die Szene und warum genau dort? Für die KI ist das extrem hilfreich, weil sie aus dem Ort automatisch ganz viele Dinge ableitet: typische Farben, Materialien, Lichtquellen, Perspektiven, Requisiten, sogar die »sozialen Codes« (ein Sitzungszimmer fühlt sich anders an als ein Skatepark oder ein Affenkäfig – meistens zumindest). Und für Sie als Bildgestalter ist die Umgebung ein stiller Co-Regisseur: Sie macht aus einem Motiv entweder eine austauschbare Kulisse oder eine Szene mit Bedeutung. Auch das Thema »Umgebung« können Sie in drei Stufen denken.

- **Stufe 1: Ort (die Schublade):** Das ist der Grundbegriff, der die KI einordnet. Beispiele: café, office, street, forest, beach, train station, hospital, beehive

- **Stufe 2: konkrete Version des Ortes (die Präzisierung):** Hier wird es bildhaft und glaubwürdig – geben Sie eine Schippe obendrauf. Beispiele: small Paris café, modern open-plan office, alpine ski chalet, empty gymnasium, luxury villa terrace, hospital corridor, rustic wooden beehive
- **Stufe 3: ein bis drei Details, die den Ort »echt« machen (die Requisiten):** Genau hier entsteht das Gefühl. Beispiele: steam from coffee cups, neon sign glow, rain on window, tram tracks, scattered papers, wood panel walls, chalk lines on the floor, hectically buzzing bees swarming around the beehive

Umgebung	Promptbegriffe
Stadt und Alltag	street corner, subway station, tram stop, crosswalk, back alley, rooftop, parking garage, old town street, night market
Innenräume	café interior, bar with shop window, restaurant booth, kitchen, living room, hotel lobby, library, workshop, art studio
Business und Corporate	meeting room, open-plan office, reception area, coworking space, factory floor, warehouse, laboratory, hospital/clinic
Natur und Outdoor	forest path, mountain ridge, beach, lake shore, desert road, snowy field, hiking trail, campsite
Sport und Training	gymnasium/sports hall, running track, basketball court, skatepark, climbing gym, swimming pool
Special Locations	luxury villa, ski chalet/alpine chalet, rooftop terrace, film set, backstage dressing room, airport terminal

Tabelle 4.5 Promptbegriffe für die Umgebungen, die fast immer funktionieren.

Jetzt noch ein Praxis-Tipp von mir: Um die Umgebung möglichst realistisch wirken zu lassen, geben Sie die Stimmung gratis dazu! Wenn Sie sich unsicher sind, wählen Sie einen Ort, der die Stimmung bereits mitliefert:

- café at window – intim, ruhig, beobachtend
- street at night – filmisch, kontrastreich, geheimnisvoll
- hospital corridor – steril, ernst, Spannung
- ski chalet – warm, holzig, cozy
- gym – hartes Licht, Energie, Sport-Feeling

Miniregel

Ein Ort und eine Präzisierung plus zwei Details reichen in 80 % der Fälle völlig.

4.2.6 Kleidung und Design

»Kleidung und Design« ist der Look-Code Ihres Bildes. Hier legen Sie fest, wie das Hauptmotiv wirkt: seriös oder rebellisch, premium oder billig, clean oder chaotisch, retro oder futuristisch. Für die KI ist das pures Gold, weil sie daraus sofort ableitet, welche Formen, Farben, Materialien und Details typisch sind und welche eher nicht. Kurz gesagt: Das Hauptmotiv sagt *wer*, die Umgebung sagt *wo* und Kleidung und Design sagen *wie* es sich anfühlt.

Wenn Sie einen Menschen prompten, ist es hilfreich, zum Outfit auch immer gleich die Stilrichtung mit anzugeben.

Kleidung für	Promptbegriff
Business und Corporate	business suit, business casual, smart casual, office outfit, crisp white shirt, blazer, tie, pencil, skirt
Street und Urban	streetwear, oversized hoodie, denim jacket, sneakers, cargo pants, layered outfit, vintage t-shirt
Elegant und Abend	evening dress, tailored tuxedo, silk blouse, high heels, statement jewelry, minimalist elegance, oscar-night-dress
Sport und Performance	athletic wear, running outfit, sports bra, compression tights, training shorts, sweat, performance fabric
Outdoor und Travel	rain jacket, hiking boots, backpack, wool sweater, beanie, layered outdoor clothing
Retro und Epoche	1980s outfit, 1990s street style, vintage denim, retro sportswear, classic trench coat

Table 4.6 Promptbegriffe für Menschen im Bereich Kleidung

Im Bereich Räume und Architektur geben Sie am besten einen Stil, Materialien und auch Akzente an.

Bereich	Promptbegriffe
Architekturstil	minimalistic interior, Scandinavian design, industrial loft, mid-century modern, brutalist architecture
Material	exposed concrete, wooden panels, marble floor, warm ambient lighting, neon accents
Formsprache	clean lines, cluttered desk, cozy textures, premium finishes

Table 4.7 Promptbegriffe für Räume

Praxis-Tipp: Ein Stilanker reicht oft völlig

Zu Beginn einer vielversprechenden Prompter-Karriere neigt man dazu, diesen Block leicht zu überladen. Besser ist es, einen Stilanker und zwei Details zu nutzen, z. B.:

- streetwear, oversized hoodie, worn sneakers
- business casual, blazer, subtle jewelry
- minimalistic design, brushed metal, matte black finish

4.2.7 Lichtstimmung

»Lichtstimmung« ist der schnellste Hebel für emotionale Wirkung. Wir nennen das in der Film- und Fotosprache: »*Damit machen wir es moody.*« Und wussten Sie, dass das Wort »Fotografia« aus dem Altgriechischen stammt und wörtlich übersetzt »Zeichnen mit Licht« bedeutet? Kein Wunder also, dass dies für uns Fotografen und Fotografinnen ein enorm beliebtes Tummelfeld ist. Die Lichtstimmung entscheidet, ob ein Bild warm oder kühl wirkt, weich oder hart, ruhig oder dramatisch und ganz nebenbei auch, ob es eher nach »Amateur« oder nach »Filmset« aussieht. Für die KI ist Licht wie eine Regieanweisung: So soll sich die Szene anfühlen. Sie finden im Abschnitt 4.3.7, »Finetuning-Parameter«, weitere praktische Promptelemente, die die Lichtstimmung noch detaillierter beeinflussen. Dort besprechen wir auch Wetterkapriolen, die unmittelbar dazu führen, wie sich das Bild lichttechnisch verändert. Beispiele für klassische Lichtsituationen sind:

Promptbegriff	Bedeutung
soft diffused light	sanft gestreutes Licht, milde Schatten, natürlicher Look
backlit	Gegenlicht von hinten, Glow/Kantenlicht, »magischer« Look
window light	natürliches Fensterlicht, intim, ruhig, authentisch
golden hour light	warmes, tiefes Abendlicht, schmeichelnd und filmisch
overcast daylight	bedeckter Himmel, sehr weich, kaum Schatten
harsh midday sun	harte Mittagssonne, starke Kontraste, kurze Schatten
hard directional light	gerichtetes, hartes Licht, klare Schattenkanten, dramatisch
side light	Seitenlicht, modelliert Gesicht/Objekte, betont Texturen
high key lighting	sehr hell, freundlich, clean, wenig Schatten
low key lighting	dunkel, kontrastreich, geheimnisvoll, viel Schatten
streetlight illumination	Straßenlaternenlicht, punktuell, oft warm, nächtlich
on-camera flash	Blitz direkt von der Kamera, harter Snapshot-/Party-Look

Tabelle 4.8 Promptbegriffe für Lichtsituationen



Abbildung 4.8 Golden Hour oder harsche Mittagssonne? Wir Fotografen und Fotografinnen lieben das »Malen mit Licht«.

Praxis-Tipp (für alle, die es schnell wollen)

Wenn Sie nur einen Satz zum Licht schreiben wollen, nutzen Sie diese Miniformel:

Quelle + Richtung + Härte + Stimmung

Beispiel: »A phone photograph of a thin, blonde woman sitting on her skateboard at night in the park, streetlights backlight, hard light, moody night atmosphere, posted to Reddit in 2019 in the style of a raw, unedited image«



Abbildung 4.9 Beispiel für den Prompt nach der Formel Quelle + Richtung + Härte + Stimmung

4.2.8 Mood und Vibes

»Mood und Vibes« ist die emotionale Regie. Hier legen Sie fest, wie sich das Bild anfühlen soll, nicht nur wie es aussieht. Das ist gerade für Markenbilder entscheidend: Zwei Bilder können das gleiche Motiv zeigen und trotzdem komplett anders wirken. Im Prompt reicht oft ein einziges Wort wie »tense« statt »cozy« und schon wird aus »Date-Night« plötzlich »True-Crime-Verhör«.

Mood ist übrigens das Bauchgefühl und Vibes sind die feinen Schwingungen drumherum.



Abbildung 4.10 Ein kleines Wort – »frightening« – und plötzlich wird aus dem Dinner-Date True Crime.

Wenn Sie nur eine Sache schreiben wollen, dann so: »Das Bild soll sich anfühlen wie ...« Beispiele dafür können sein: »wie ein warmer Sommerabend voller Leichtigkeit«, »wie ein stiller Moment nach einem langen Tag«, »wie ein spannender Filmframe kurz vor dem Plot-Twist«.

Stimmung	Promptbegriff
Warm und positiv	warm, wholesome, joyful, optimistic, hopeful, cozy, playful, uplifting
Ruhig und intim	calm, serene, intimate, gentle, tender, soft, contemplative, quiet
Dramatisch und filmisch	cinematic, intense, moody, suspenseful, mysterious, dramatic, gritty, raw
Elegant und premium	minimal, refined, sophisticated, premium, clean, polished, timeless
Urban und edgy	urban, cool, rebellious, streetwise, underground, bold, energetic
Surreal und kreativ	dreamy, surreal, poetic, magical, uncanny, slightly absurd, whimsical

Tabelle 4.9 Promptbegriffe für Stimmungen, die fast immer funktionieren

Vibes hingegen sind oft kleine Zusatzwörter, die das Bild in die richtige Richtung schieben.

Promptbegriff	Gefühl	Erklärung
nostalgic/90s vibe	Nostalgiegefühl, wie eine Erinnerung aus den 90ern	warm, leicht verklärt, »Ferien-Schnappschuss«-Atmosphäre
romantic tension	romantische Spannung	man spürt Nähe, aber auch Nervosität oder das »gleich passiert etwas«-Knistern
late-night vibe	Nachtgefühl	gedämpftes Licht, ruhiger Puls der Stadt, ein Hauch Geheimnis und Müdigkeit
after-party atmosphere	After-Party-Stimmung	zerzaust, leicht chaotisch, euphorisch oder melancholisch, als wäre es gerade 4:30 Uhr
rainy-day melancholy	Regenmelancholie	still, nachdenklich, weiche Reflexionen, graue Töne, »Fenster-und-Teetasse«-Gefühl
summer heat haze	Sommerflimmern	warme Luft, leichte Dunstschicht, Sonne auf der Haut, träges, flirrendes Gefühl
quiet Sunday morning	ruhiger Sonntagmorgen	langsam, sanft, friedlich, wenig Lärm, weiches Licht, »alles ist noch offen«
festival energy	Festival-Energie	lebendig, bunt, laut, Bewegung überall, Lichter, Menschen, Tempo, ein bisschen Chaos im besten Sinn

Tabelle 4.10 Promptbegriffe für Vibes

Miniregel

Ein Mood-Wort plus ein Vibe-Detail reicht meist völlig.



Abbildung 4.11 Mit Vibes machen Sie Stimmungen spürbar. Vibe »After Party«

4.2.9 Technik

»Technik« ist die unterste Ebene, weil sie meistens Feintuning ist. Und bei der Technik müssen wir außerdem einen kleinen Spagat machen: Bei der Technik geht es an dieser Stelle nicht darum, alles auszureizen, sondern um die Basics aus dem Setzkasten. Wenn Sie sich hier bedienen, haben Sie oft schon die halbe Miete: Das Bild wirkt schneller »fotografiert«, der Look wird konsistenter, und viele typische KI-Unsauberkeiten verschwinden quasi nebenbei.

Wir bleiben deshalb bewusst bei den wichtigsten Grundparametern, und wenn Sie dabei Blut geleckert haben, finden Sie im Abschnitt 4.3.7 die volle Klaviatur der technischen Steuerung und eine ganze Welt an deutlich präziseren und feineren Steuermöglichkeiten. Für diese Phase reicht oft schon ein kurzer Technik-Block, der der KI sagt, wie das Bild aufgenommen sein soll.

Technik	Promptbegriff
Format und Seitenverhältnis	1:1, Hochformat, Querformat, Banner, 16: 9, Wide-screen etc.
Perspektive und Bildausschnitt	close-up, half-body, wide shot, eye level, low angle
Brennweite/Lens-Feeling	24 mm wide angle, 50 mm, 85 mm portrait lens, fisheye
Tiefenschärfe	shallow depth of field (unscharfer Hintergrund) oder deep focus (viele scharf)
Bewegung	short shutter speed (eingefroren) oder long shutter speed/motion blur (dynamisch)
Filmlook/Bildcharakter	analog film look, Polaroid film, cinematic color grading

Tabelle 4.11 Promptbegriffe im Bereich Technik

Wichtig

Sie müssen hier keine exakten Zahlen angeben. Begriffe wie »kurze Verschlusszeit« oder »lange Verschlusszeit« reichen meist völlig, um den gewünschten Effekt zu steuern.

4.3 Phase 2: Das technische Cockpit

Sie haben jetzt verstanden, wie Prompts funktionieren und wie Sie sie strukturiert aufbauen. Doch was, wenn Sie die generierten Prompts nun noch verfeinern möchten? Was, wenn Sie merken, dass die Richtung stimmt, aber noch nicht das Gefühl? Oder wenn Sie vor Ihrem geistigen Auge Bilder tragen, die eine glasklare Bildausgabe haben und in einem Setting stattfinden, das manche erst begreifen, wenn sie

mit Ihnen auf eine Drogentrip nach Mexiko eintauchen und sich plötzlich mitten in einem People-Casting von Quentin Tarantino wiederfinden?

Genau hier beginnt der kreative Teil, den ich als »Parametersteuerung« bezeichne. Denn viele der Stellschrauben, mit denen man das Bildergebnis beeinflusst, liegen nicht im Fließtext des Prompts, sondern in den bewussten Entscheidungen rund um Stil, Perspektive, Licht und Kameraeinstellungen. Man kann sagen: Alles, was vorher vage beschrieben wurde (»ein helles Studio«, »eine dramatische Szene«, »ein illustrativer Look«), war für den Einstieg, und nun bekommt es das kreative Paris-London-Dubai-New-York-Update 2.0. Denn genau hier wird es richtig spannend – nicht allein für Profis aus der Bildgestaltung und die Casting-Direktoren und -Direktorinnen von Tarantino, sondern für alle, die KI nicht nur als Zauberkasten verstehen. Der folgende Abschnitt ist also für all jene gedacht, die gern am offenen Herzen operieren – manchmal mit dem Skalpell und manchmal mit der Axt.

4.3.1 Parameter sind kein Code – sie sind Bildsprache

Bei den Parametern geht es weniger darum, vertieft in die Maschinensprache einzutauchen, sondern Sie vielmehr mit der emotionalen Komponente dieser Technik vertraut zu machen. Denn gute Bilder entstehen nicht allein durch Technik, sondern durch Vorstellungskraft, Perspektive und Gefühl. Deshalb schauen wir auf Parameter nicht wie Programmierer und Programmiererinnen, sondern wie Kreative. Mir als Fotograf fiel das bereits zu Beginn relativ einfach, weil dies mein tägliches Brot ist und ich die Schaffung solcher Bilder wie die Umsetzung eines Fotos betrachte. Nur mit dem Unterschied, dass ich dabei nicht durch den Sucher meiner Kamera schaue, sondern alle mir zur Verfügung stehenden Parameter für den Prompt nutze.

Was ich am Set mit Brennweite, Lichtsetzung und Tiefenschärfe steuere, passiert bei KI-Bildgeneratoren ähnlich – einfach mit Prompts. Was ein Maler mit Farbe, Pinsel und Leinwand ausdrückt, erreichen Sie bei der KI mit Stil und Stimmungscodes. Und so wie ein Regisseur seinen fertigen Film vor seinem inneren Auge hat, so gehen wir auch beim Parameter-Finetuning vor.

In diesem Abschnitt erkläre ich Ihnen, wie man sich der Bildgestaltung durch KI-Parameter kreativ annähert – nicht, um die Maschine zu kontrollieren, sondern um ihr gezielter zu sagen, was wir von ihr erwarten. Der Prompt wird so Schritt für Schritt gebaut und angepasst. Eine Detailinfo nach der anderen, bis wir schlussendlich alle Informationen in einen Prompt verpackt haben und die KI dadurch ihre saubere Promptanweisung erhält. Damit das Ganze greifbar wird, denken wir in dieser Phase in einem »technischen Cockpit«: Leinwand, Regie, Komposition, Finetuning, Technik, Farben und Kontraste, Filter und Gewichtung. Je nach Tool nutzen Sie davon zwei Schalter oder die ganze Klaviatur. Willkommen in der Welt der Parametersteuerung – dem Ort, an dem Technik auf Gefühl trifft und die KI-Bild-

generatoren zum Pixelzaubern bringen kann. Die Parameter sind es, die Algorithmen erst wirklich klingeln lassen.

4.3.2 Bildgeneratoren lieben Fotofachchinesisch

KI-Bildgeneratoren sind nicht einfach nur Bildermacher – sie sind Profis durch und durch. Man könnte sagen: Sie denken wie Fotografen, leuchten wie Gaffer, bauen Sets wie Szenenbildner und arbeiten mit dem Vokabular echter Profis. Und das ist kein Zufall. Der Grund dafür liegt im Training der Modelle. Viele der Bilder, die in den Trainingsdaten verwendet wurden, enthalten in ihren EXIF-Daten sämtliche relevante Kamera- und Objektivparameter: Blende, Brennweite, ISO, Verschlusszeit. Die KI lernte diese Werte nicht nur als Metadaten, sondern verknüpfte sie mit dem dazugehörigen Bildinhalt. Sie weiß also, was eine offene Blende visuell bewirkt und dass ein 85-mm-Objektiv mit f/1.4 ein Porträt anders aussehen lässt als ein 35-mm-Objektiv mit Blende f/5.6.

Gleichzeitig wurden KI-Modelle mit Milliarden von Bildern aus professionellen Quellen trainiert – darunter unzählige Szenen aus der Foto- und Filmindustrie. Begriffe wie »Kicker«, »Streiflicht«, »Backlight« oder »Rembrandt Lighting« sind für die KI keine Fremdwörter, sondern Steuerbefehle, die sie versteht, weil die ganze Branche sie so benutzt. Ein Prompt mit »cinematic lighting, soft fill, edge light from the back« ist für die KI das gleiche vertraute Setup wie für mich als Fotograf.

Für alle, die aus der Fotografie oder dem Film kommen, ist das ein Geschenk. Denn je mehr Fachwissen Sie in Ihren Prompt einbringen, desto besser versteht die KI, was genau Sie meinen – oft genauer als bei ausgeschmückten Beschreibungen in Alltagssprache. Wer »ein schönes Bild bei Sonnenuntergang mit toller Stimmung« promptet, bekommt ... na ja, irgendwas. Wer hingegen »backlit portrait, golden hour, warm rimlight on hair, 85 mm shallow DOF« eingibt, kommuniziert für die KI »next level« und die KI versteht den Auftrag sofort.



Abbildung 4.12 Links »ein schönes Bild bei Sonnenuntergang mit toller Stimmung«; rechts ausformuliert: »backlit portrait, golden hour, warm rimlight on hair, 85 mm shallow DOF«

Inhalt

1	Die Macht der Bilder	7
1.1	Bilder prägen Weltbilder – ein kurzer Exkurs	7
1.2	Bilder in der Marketing- und Unternehmenskommunikation – vom Dekor zum strategischen Werkzeug	15
1.3	Mediennutzungsverhalten und Wahrnehmung – wie sich unser Blick auf Bilder verändert hat	20
1.4	Demokratisierung der Bildproduktion	25
2	Starke Bildwelten im Branding	29
2.1	Markenbildwelten – eine Königsdisziplin im Realitätscheck	29
2.2	Sechs Punkte, die eine Marke erfolgreich machen	35
2.3	Die Definition einer Marke	41
2.4	So funktionieren Bildwelten	45
2.5	Wie werden Bildwelten definiert und erarbeitet?	50
2.6	Das VBW-Manual (Visual Brand World Manual)	69
2.7	Was Sie sonst noch über Bildwelten wissen müssen	87
2.8	Gründe, warum eine gute Markenführung scheitert und Markenbildwelten es schwer haben	92
3	KI-Bilder verstehen: Technologien, Möglichkeiten, Grenzen	101
3.1	Einleitung und Abgrenzung	101
3.2	Grundlagen von KI-Bildgeneratoren	111
3.3	Anwendungsbereiche von KI-Bildern im Marketing	133
4	Vom Prompt zum Bild – die Magie des richtigen Inputs	145
4.1	Prompting ist ein Prozess und doch kein Zauberspruch	145
4.2	Phase 1: Die Prompt-Pyramide mit den Basisinformationen	150
4.3	Phase 2: Das technische Cockpit	167
4.4	Phase 3: Referenzen-Input – Image-to-Image	190
4.5	KI hilft KI: Mit KI-Unterstützung zum perfekten Prompt	198

5	Der KI-Workflow von der Idee bis zur Abnahme	203
5.1	Der Kurationsprozess für ein KI-Bild	203
5.2	Die Workflow-Orchestrierung: der Multitool-Ansatz	205
5.3	Das Mindset: die Lust am Experimentieren	210
5.4	Wiederholbarkeit und Kontrolle: Mit wiederkehrenden Charakteren und konsistenten Looks arbeiten	213
5.5	Nachbearbeitung und Verfeinerung Ihrer KI-Bilder	229
5.6	Die Endabnahme: Qualitätskontrolle	234
6	Strategien im Umgang mit KI-Bildern	237
6.1	Einleitung	237
6.2	Erkennen und Akzeptanz von KI-Bildern	246
6.3	Alles beginnt mit Sensibilisierung	254
6.4	Verträgt sich Ihre Marke überhaupt mit KI-generierten Bildern?	266
6.5	Verantwortlichkeiten – Klarheit vor Kreativität	272
6.6	Die Konzeption	278
6.7	Prozesse, Workflows und Checklisten	299
6.8	Knowledge-Management	314
7	Recht in der Bildgestaltung	319
7.1	Warum rechtliche Aspekte unverzichtbar sind	319
7.2	Der große Unterschied zwischen Urheberrecht und Nutzungsrecht	320
7.3	Persönlichkeitsrechte und Datenschutz	336
7.4	Rechtliche Sonderfälle und Risikofelder	342
7.5	Markenrechtsverletzungen und Urheberrechtsverletzungen – wenn Bilder mehr zeigen als geplant	345
7.6	Vertragsgestaltung in der Bildproduktion	346
7.7	Rechtliche Besonderheiten bei KI-Bildern	351
	Index	354

Index

A

Action 159
AI-free 265
Aktivität 159
Akzeptanz 249, 252
Algorithmen 22
All Eyes on Rafah 296
Alltag 159
Alltagspräsenz 256
Amnesty International 292
Analogfilme 184
Anatomiefehler 257
Animation 228
Architektur 289
 Promptbegriff 162
Archivierung 305
Art Director 39
Aspect Ratio 172
Atmosphäre 177
 Promptbegriff 177
Auflösung 309
Aufnahmetechniken 184
Aufrichtigkeit 267
Auftragsarbeiten 324
Augen 257
Austria Tourism 78
Authentizität 265, 267

B

Banken 288
Banner 233
Behörden 288
Belichtungszeit 182
Bewegung 159, 167, 182
Bewegungsunschärfe 182
Bewilligungen 349
Bias 154, 243, 244

Bild

Geschichte 7
 hochladen 195
 Instrument 10
Bildästhetik 47
Bildaufbau 75
Bildausschnitt 167
Bildbearbeitung 77
Bilddatenbank 256
Bildgenerierung
 Verantwortlichkeit 273
 Zuständigkeiten 277
Bildkonzept 279
Bildlogik 258
Bildlook 47
Bildmanipulation 14
Bildproduktion,
 Demokratisierung 25
Bildrecht 319, 320
 exklusiv 323
 KI 351
Bildserie 217
Bildsprache 213
Bildstil
 speichern 221
Bildtechnologien 106
Bildungsinstitutionen 288
Bildwelt 29, 45, 85
 Beschreibung 70, 78
 Briefing 54
 definieren 50
 Ebenen 72
 Einführung 45
 Entwicklung 59
 extern entwickeln 50
 Farblook 74
 intern entwickeln 50
 Kanäle 66
 Lichtstimmung 74
 Look 46

Look und Feel 73
 Menschen 76
 mit KI 137
 Moodboard 72
 Perspektive 75
 pflegen 86
 Phasen 53
 Post Production 77
 Projektteam 56
 Prozess 53
 prüfen 65
 Rahmenbedingung 58
 testen 65
 Text 78
 Umsetzung 66
 visualisieren 64
 Vorbereitung 57
 Wahrhaftigkeit 267
Bildwelt-Manual 78
Blendenwahl 186
Blickrichtung 257
Brainstorming 63
Branchen 287
 Fails 289
Branding 29
Brand Management 38
Brennweite 167, 185
Buyout 328

C

Camera framing 176
CD 39
CEO 36
CGI 107, 109
Chaos 175
Charakter
 Konsistent 213
ChatGPT 198

Clickbait 22
CLIP 117
Coca-Cola-Weihnachtsspot 294
Corporate
 Bildwelten 137
 Promptbegriff 161
Corporate Design 44, 136
Corporate-Design-
 Manual 39, 46
Corporate-Fotografie 26
Corporate Identity 39
Creative Revolution 17
Creativity 174
Crop 176

D

DALL-E
 Promptsprache 129
 Überblick 120
Dateiablage 316
Datenschutz 310, 336
Datensicherheit 348
Datenverlust 348
Deepfakes 264
DeepL 151
Denoising 214
Designvarianten 136
Diffusionsmodelle 113
Digital-Asset-Management
 System 331
Diversity 174
DNA der Marke 50, 267
Dos und Don'ts 77, 259
Doubles 104, 108
Drehgenehmigung 349
Drittelregel 176
Drohnenflüge 350
DSG 341

DSGVO 337, 341
Dynamik 159, 182, 188

E

Echtheit 267
E-Commerce 138
Effizienzsteigerung 279
Ehrlichkeit 267
Einsatz 286
Emotion 163
Employer Branding 140, 260
Energieversorger 288
Entertainment 289
Entfernen 230
Entscheidungstreiber 22
Epochen 183
Erwartungshaltung 252
Ethik 314
 Fails 296
EU AI Act 262, 263, 353
Event 134
Evoto 209
Exklusivrechte 324
Expand 231
Exportformate 210
Extend 231
Externe Kommunikation 263

F

Fachwissen 169
Fake 245
 Bilder 23
Farbcode 74
Farbe 188
Farblogik 188
Farblook 74
 definieren 221

Faszination 13
Fehlerkontrolle 235
Filmkorn 183
Filmlook 167
Filmtyp 187
Finanzdienstleister 288
Finetuning-Parameter 176
Firmenveranstaltungen
 Recht 343
Fisheye 185
Flux 125
 Promptsprache 131
Formale Klammer 30, 46
Format 167, 172, 309
 anpassen 232
 Variante 233
Forward Diffusion 114
Foto
 Kinder 342
 Öffentlicher Raum 349
 privater Grund 349
 Promptbegriff 155
Fotoarten 154
Fotografie 25
 Geschichte 7
Fotorealismus 103, 250
Freepik 126
 Spaces 224
Freigabe 304
Froschperspektive 176
Full Buyout 328

G

Genehmigungen 349
Generative Füllung 233
Generative KI 106, 109, 112
Geschichte 30, 48
Gesichtsausdruck 230

Gestaltung 46
Gesundheitswesen 288
Gewichtung 189
Glaubwürdigkeit 235, 260, 267
Gruppenfoto 343

H

Haftung 348
Hasselblad 184
Hauptmotiv 156
 Corporate 158
 Ergänzung 158
 Food 158
 Porträt 158
 Produkt 158
 Promptbegriff 157
Heatmap 58
Hero Shot 140
Hintergrund 193, 230
Hochformat 167, 233
HR 288
HR-Kampagnen und KI 260

I

Iconsets 136
Idee bewerten 65
Illustration 15, 17, 141
 Geschichte 15
 KI 249
 Promptbegriff 156
Imagen 121, 209
Image Strength 190
Image-to-Image 106, 190
 Anwendung 191
Image-to-Video 104
Image-Type 172
Industrie 288
Infografik 141
Initialisierung 301

Inpainting 229
 Anwendung 230
Inspiration 58
Instagram 21
Interne Kommunikation 260
Iteration 147
iterativ 211

J

Jugendliche 342

K

Kamerabewegung 182
Kamerafahrt 182
Kameramodell 184
Kameraposition 175
Kampagnenbilder
 anpassen 135
Kampagnenentwicklung 134
Kennzeichnungspflicht 262,
 263
Key Visuals 134, 139
KI
 am POS 134
 E-Commerce 138
 Entscheidungsmatrix 281
 Fehler 257
 Fitness-Check 268
 Gremium 278
 Illustration 141
 im CD 136
 im Kreativworkshop 61
 in der Bildwelt 137
 in der Kampagne 134
 Infografie 141
 Knowledge-Experte 255
 Kompetenz 253
 Möglichkeiten 102
 Produktfotografie 138
 Urheberrecht 322

KI-Bild 101
 Akzeptanz 249
 Anwendung 280
 Anwendung Marketing 133
 Bilddatenbank 256
 Branchen 287
 Einsatzzweck 279, 281
 erkennen 246, 257
 erweitern 231
 Fail 289
 Fehlerquelle 257
 kennzeichnen 263
 Kennzeichnung 353
 Konzeption 278
 Recht 351
 Strategie 3, 237
 Urheber 351
 Warum 279
KI-Bildgeneratoren 106
 Überblick 118
KI-Bildkonzeption 279, 298
Kinder 342
KI-Produktion, Checkliste 306
KI-Produktionsprozess 301
KI-Slop 24
KI-Tool 312
 Auswahl 308
 Sicherheit 311
KI-unterstützte
 Bewegtbildformate 142
KI-Wirkung, Analyse 268
KI-Workflow 203
Kleidung 162
Kling 228
Knowledge-Management 314
Kommunikationsebenen 67
Kompatibilitätscheck 267
Komposition 175
 Parameter 175
 Promptbegriff 176
Konkurrenz 58
Konsistenz 213

Kontexte 194
Kontrast 188
Kontrolle 213
Kontrollgremium 277
Konzeption
 Abgleich 301
 KI-Bild 278
Korrekturen 230
Kosmetik 289
Kreationsprozess 203
Kreativer Spielraum 279
Kreativworkshop 59
 Ablauf 62

L

Legal Check 304
Leinwand 171
Leinwand-Parameter 171
Leitidee, visuell 71
Lessons Learned 318
Licht 178
 Promptbegriff 163
Lichtarten 178
Lichtformer 179
Lichtlogik 230
Lichtquellen 178, 179
Lichtstimmung 74, 163
Lichtstimmungen 178
Lifestyle 289
Linienführung 176
Linsen 185
Lizenzbedingungen 352
Lizenzen 304, 309, 317
 überprüfen 87
Lizenzgebühren 331
Location 76
Look 183, 213
 Anpassung 192
Löschpflichten 344

M

Macht der Bilder 7
Making-of-Dokumentation 325
Makroaufnahme 175
Manipulation 10
Marke
 CEO 36
 Definition 41
 DNA 50
 emotional 36
 erfolgreich 35
 Gestaltung 46
 im Unternehmen 38
 Steuerelemente 42
 und KI-Bild 266
 visuelle Leitidee 71
 Vorgaben 298
 Wirkung von KI-Bild 259
Markenableitung 30, 49
Marken-Asset 194
Markenattribut 39, 44, 62, 71
 formulieren 66
Markenbewusstsein 259
Markenbild 44
Markenbildwelten
 → *Bildwelt*
Markenbildwelt-Pyramide 67
Markencheck 235
Markendefinition 41
Markenerlebnis 19
Markenfaktoren 35
Markenführung 29, 40, 266
 Scheitern 92
 Skills 40
Markenhaltung 235
Markenkern 39, 42, 49, 71
Markenpersönlichkeit 42
Markenrechte 266
Markenrechtsverletzungen 345
Markenstrategie 298
Markenversprechen 39, 243
Markenvorgaben 235
 Umsetzung 62

Markenwert 39, 43, 269
 Probleme mit KI 267
Markenwerte-Matrix 270, 271
Markenwert-KI-Konflikt 266
Marketing 15
Marktforschung 59
Maschinenbau 288
Materialien 181
Mediennutzungsverhalten 20
Medium 153, 172
Memes 333
Menschlichkeit 267
Messe 134
Met Gala 2024 297
Midjourney
 Einsatz 119
 Promptsprache 129
 SREF 218
 Styles 219
 Überblick 119
 Vor- und Nachteile 120
Mimik optimieren 230
Mindset 210
Mini-Briefing 54, 56
Minimal-Aktion 159
Mitarbeiterporträt 261
Mode 289
MODEL 198
Model Release 340
Moderator 63
Momentaufnahme 176
Mondlandung 13
Mood 165
Moodbilder 79
Moodboard 58, 64, 72, 78
Motion Blur 182
Multitool-Ansatz 205
Muster 181

N

Nachbearbeitung 229
Nachschärfen 210

Nahaufnahme 175
Nano Banana 208
 Promptsprache 130
 Überblick 121
Natürliche Handlung 159
Natur, Promptbegriff 161
Nebel 177
Negative Prompts 189
Neuronale Netze 148
Nik Color Efex 209
Non-Profit 288
Nutzungsrecht 304, 320, 323
 AGB 331
 Angebot 331
 Beschränkung 326
 Beschränkungen 327
 exklusiv 324
 nichtexklusiv 325
 uneingeschränkt
 übertragen 328
 Vertrag 331
 verwalten 330

O

Oberflächen 181, 258
Öffentlicher Raum 349
Onboarding 315
Optimierung 210
Outpainting 231
 Anwendung 233

P

Parameter 168
 eingeben 170
 Finetuning 176
 Kategorien 171
 Komposition 175
 Leinwand 171
 Regie 173
Perplexity 119

Persönlichkeitsrechte 336
Perspektive 167
Perspektivfehler 258
Photogrammetrie 104, 108
Pixelgenese 102
Point-of-Sale-
 Kommunikation 134
Polaroid 184
Post Production 77
Produktfotografie 138
Projektentscheidung 50
Prompt 106, 116, 145
 Aktivität 159
 Aufbau 152
 Bauplan 152
 experimentell 174
 Hauptmotiv 156
 Kleidung 162
 konservativ 174
 Leitfaden 152
 Lichtstimmung 163
 Medium 153
 mit ChatGPT 198
 mit KI-Unterstützung 198
 Mood und Vibes 164
 Parameter 167
 Sprache 128, 151
 Strength 190
 Technik 167
 Umgebung 160
 verfeinern 167
Promptbegriff
 Corporate 161
 Innenraum 161
 Kleidung 162
 Licht 163
 Natur 161
 Sport 161
 Stadt 161
 Stimmung 165
Prompt-Bibliothek 149, 316
Prompterstellung
 Phasen 148

Prompt-Log-File 146
Prompt-Pyramide 150
Property Rights 350
Prototyping 65
Prozess 212, 299

Q

Qualitätskontrolle 234
Quality Check 303
Queensland Symphony
 Orchestra 295
Querformat 167
QWEN 119

R

Randomness 174
Rauschen 114
 reduzieren 210
Raw-Mode 175
Realität 9
Recht 304, 314, 319
 am eigenen Bild 338
 auf Widerruf 344
 Bildmaterial 330
 KI-Bilder 351
 Kinder 342
 Rahmenbedingungen 266
 Sonderfälle 342
Referenzbild 190
Reflexionen 180
Regen 177
Regie-Parameter 173
Reisebranche 288
Reizüberflutung 25
Rekrutierungskampagnen 260
Reparieren 230
Reproduktion 216
Reputationsschaden 259
Requisiten 161
revDSG 341

reverse diffusion 114
Rihanna 297
Risiko 173, 311
Runway ML 123
 Promptsprache 130

S

Sättigung 188
SBB 289
Scheitern 92
Schöpfer 320
Schrift 257
Schweizer DSG 341
Screentime 20
Scrollen 22
Seedance 228
Seedream
 Promptsprache 130
 Überblick 122
Seed-Wert 214
Seitenverhältnis 167, 172
Sensibilisierung 255
 Mitarbeitende 257
Serien 194
Shitstorms 289
Sicherheit 310
Sichtbarkeit 256
Simulationen 104
Sixt 19
Skizze 193
Social Media
 Recht 344
Spaces 208, 224
Special Locations 161
Spiegelungen 180
SREF-Code 218
 auslesen 219
Stable Diffusion 124
 Promptsprache 131
Stadt, Promptbegriff 161
Stereotype 242, 244

Stil 173
 speichern 221
Stilisierung 174
Still 159
Stilreferenz 192, 218
Stiltransfer 192
Stimmung, Promptbegriff 165
Storyboard 194
Storytelling 139
Strategie 3, 237
Studiolicht 179
Style Reference Code
 → SREF-Code
Styles 219
Stylesheet 221
Style Strength 174
Stylization 174
stylize 174
Subtle 174
Symbole 257
Synthetic Visuals 23

T

T5 117
Täuschung 249
Technik 167
 Promptbegriff 167
Technik-Fails 293
Technischer Check 235
Technische Vorgaben 309
Technologie 289
Tempo 159
Text-Ecorder 117
Textfehler 257
Text-to-Image 106, 150
Texturen 181, 258
Tiefenschärfe 167
Tokens 118
Tonwertumfang 188
Toolauswahl 308
Topaz DeNoise 210
Topaz Gigapixel 210

Topaz Sharpen 210
Trainingsdaten 113, 115

U

Umgebung 160, 193
 Promptbegriff 161
University of Technology
 Sydney 293
Unternehmensberatung 288
Unternehmens-
 kommunikation 15
 Risiken durch KI 311
Upscaling 173, 210, 310
Urheber 320
Urheberrecht 266, 320
 Agenturen 321
 bei Teams 321
 KI 322
Urheberrechts-
 verletzungen 345
User Generated Content 336
USP 43

V

Variable ändern 216
Varianten 196, 211
Variantenproduktion 194
Variation 174
Variety 175
VBW-Manual
 Menschen 76
 Moodboard 72
 Text 78
Veo 228
Verantwortlichkeiten 272, 299
Verfeinerung 229
Vernetzung 40
Verschlusszeit 186
Verschwörung 13
Versicherung 288, 348

Version 175
Versionierung 316
Vertragsgestaltung 346
Vertragsparteien 346
Vibes 165
Vieraugen-Prinzip 259
Virtuelle Menschen 103
Visual Brand World Manual
→ VBW-Manual
Visual Design Management 39
Visualisierungen 65
Visuelle
Fehlinterpretationen 244
Visuelle Leitidee 71
Visueller Rahmen 46
Vorurteile 242

W

Wahrhaftigkeit 267
Weirdness 174
Weitwinkel 185
Werbeidee 30, 48
Werbemittel 134
Werbung 20
 Geschichte 18
Werkvertrag 346
 Fotografen 350
Werte 243
Wetter 177
Widerrufsrechte 344
Wiedererkennbarkeit 213
Wiederholbarkeit 213

Wind 177
Wireframe 193
Wirkung 7, 63, 259
Workflow 203, 299, 300

Z

Zentralperspektive 176
Zugriffsrechte 317
Zuständigkeiten 299

Ihre Marke im Fokus - mit KI

Dieser Leitfaden zeigt Ihnen, wie Sie im KI-Zeitalter starke, markengerechte Bildwelten entwickeln. Er verbindet Markenstrategie mit praktischem Wissen zu KI-Tools, Prompting, Prozessen und Recht. So setzen Sie KI gezielt ein, ohne die Konsistenz und Glaubwürdigkeit Ihrer Marke zu gefährden.

Klare Strategien für KI-Bilder

Wie sinnvoll sind KI-Bilder für Ihre Marke - und wie werden sie wahrgenommen? Dieses Buch zeigt, wie Sie Chancen und Risiken einordnen und fundierte Entscheidungen treffen.

Von der Idee zum fertigen Visual

Markus Mallaun begleitet Sie durch den gesamten Prozess: von der strategischen Rolle von Bildern über das Verständnis von KI-Technologien bis hin zum professionellen Prompting.

Lösungen für die Praxis

Konkrete Werkzeuge wie Prompting-Modelle, Workflows und Checklisten helfen Ihnen, Ihre Bildproduktion gezielt zu steuern und konsistent umzusetzen. So stärken Sie Ihre Marke!



Markus Mallaun ist Markenstrategie, Filmer, KI-Bildexperte, Fotograf und Geschäftsführer der BOOSTR GmbH. Seit über 15 Jahren entwickelt er visuelle Inhalte für Unternehmen mit Fokus auf Markenführung, Wirkung und Zielgruppenrelevanz.

Starke Bildwelten

Was macht Marken erfolgreich?

Markenführung

Bildwelten entwickeln

KI-Bilder im Branding

Grundlagen von KI-Bildgeneratoren

Erkennen und Akzeptanz von KI-Bildern

Starke Prompts mit Parametern und Referenzbildern

Die Prompt-Pyramide

Konsistente Looks

Der KI-Workflow

Strategien im Umgang mit KI-Bildern

Passt KI zu Ihrer Marke?

KI-Fitness-Check für Ihre Marke

Fehlerquellen, Risiken

Verantwortlichkeiten und Prozesse

Konzeption und Recht

