

Du bekommst immer das wahrscheinlichste Bild. **Du willst es nie.**

KI ist Wahrscheinlichkeitsrechnung. Vier Stellen, an denen du entscheidest, ob du den Mittelwert bekommst oder deine Marke.

01

Vor dem Prompt.

Bildsprache kennen. Oder definieren.

Wer keine Bildsprache hat, erfindet jedes Mal neu. Und die KI erfindet den Mittelwert. Also erst die Sprache, dann das Bild.

Erst den Mittelwert ausschließen.

Frag ein Sprachmodell nach den zehn wahrscheinlichsten Bildideen für deine Kampagne. Dann streich alle zehn. Was übrig bleibt, ist dein Startpunkt. Vorlage: der Anti-Prompt.

Konzept zuerst. Zeitgeist plus Marke.

Eine Idee, die in die Zeit passt und zur Marke, kommt aus dem Raum, in dem du sitzt. Die Maschine liefert sie dir nicht.

Wo KI nicht hin darf.

Menschen, die es wirklich gibt. Marken, die Nähe versprechen. Luxus. Nur weil man kann, heißt das nicht, dass man sollte.

02

Im Prompt.

Referenz statt Beschreibung.

Wer beschreibt, bekommt den Mittelwert. Wer zeigt, bekommt seins. Charakter-Set, Style-Referenz, Produktreferenz.

In Serie denken, nicht in Einzelbild.

Marke lebt in Wiederholung. Ein schönes Bild kann jeder. Vierzig, die zusammengehören, kann fast keiner.

Nie das erste Ergebnis.

Best-of-16. Die Auswahl ist das Handwerk. Die Maschine generiert billig, deine Auswahl macht die Qualität.

03

Nach dem Prompt.

Kuratieren.

Generier zwanzig, zeig eins. Nicht das erste, nicht das zehnte. Das eine.

Veredeln.

Rohoutput ist nicht fertig. Upscaling, Retusche, Color Grading. Der Schritt von „erkennbar generiert“ zu „publikationsreif“.

Kennzeichnen. Als Haltung.

Nicht weil du musst. Weil du nichts zu verstecken hast. Wer sich für das Label schämt, hat das falsche Bild gebaut.

04

Um den Prompt herum.

Schulen. Nicht nur Zugänge verteilen.

Ein Tool-Zugang ist keine Kompetenz. Das Auge für ein gutes Bild war nie Aufgabe des Marketings. Jetzt ist es das.

Human in the Loop als Prozess.

Wer prüft was, wann, gegen welche Referenz? Wenn das niemand aufgeschrieben hat, prüft es niemand.

Und wenn's nicht gut wird: **lasst es.**

Durchgewunkener Mist kostet die Marke mehr als kein Bild. Der schnellste Test dafür: **der Logo-Test.** Deck das Logo ab, leg dein Bild neben drei vom Wettbewerb. Findet keiner deins, war es teuer und umsonst.

Anti-Prompt, Logo-Test-Karte, Prompt-Pyramide und alle Quellen: marketing-ki.de/goodies