

Werbekampagne **komplett mit KI** der Schritt-für-Schritt-Workflow

Produktfotografie und Werbespot aus dem Home Office. Basierend auf Georg Neumanns realer Kampagne (21 Bildmotive, 25-Sekunden-Spot). Zum selbst Durchgehen und Ausprobieren.

Die Grundregel: KI ist kein einzelnes Modell, sondern ein Workflow. Wer denkt, ein guter Prompt löst alles, scheitert genau dort. Plane, **bevor** du promptst, und bring Domänenwissen **vor** den ersten Prompt rein, nicht hinterher.

VORBEREITUNG & AUFBAU

Phase 0 · Vorbereitung (vor dem ersten Prompt)

- Konzept festlegen:** Produkt, Setting, Charakter und Bildwelten. Denke mindestens zwei Welten (z. B. Action + Lifestyle), sonst wirkt das Produkt nur als Werkzeug *oder* nur als Schmuck.
- Domänenwissen sammeln:** Wie funktioniert das Produkt bzw. die Welt in der Realität? KI rendert glaubhaft, was funktional Quatsch ist (z. B. ein Wetsuit, den man physisch gar nicht anziehen kann).
- Referenzbilder beschaffen:** Produkt aus mehreren Winkeln (Wrist, Top-Down, Macro, 3/4) in höchster Auflösung. Was in 1024px hineingeht, kommt in 1024px wieder heraus.

Phase 1 · Charakterkonsistenz

Das Gesicht aus Bild 1 muss in Bild 21 dasselbe sein. Die Lösung sind Character Sheets, und zwar **bevor** ein einziges Kampagnenbild entsteht.

- Markantes Referenzbild generieren: ein Charakter **mit Ecken**, kein Standard-Hochglanzgesicht. Jede Schwäche vererbt sich auf alle Folgebilder.
- Daraus ein Character Sheet bauen: fünf Panels (Front, Profil, Rücken, Headshot, Profil-Headshot).
- Pro Bildwelt ein eigenes Sheet anlegen und beide als Anker für alle Generierungen nutzen.

Nur für fiktive Charaktere. Bei echten Personen lieber mit mehreren Einzelbildern arbeiten.

Phase 2 · Planung & System

Ohne System navigierst du blind, und das Set sieht am Ende nach 15 verschiedenen Kampagnen aus. Die **Master-Tabelle** ist dein wichtigstes Werkzeug gegen Stil-Drift.

- Akte und Motive je Akt definieren (Beispiel-Kampagne: 3 Akte, 21 Motive).
- Pro Motiv eine Zeile: Akt, Stilreferenz, Charakter-Referenz, Produkt-Referenz, vollständiger Prompt und Status (offen / iteriert / final).
- Eine Skill-Vorlage nutzen, die die Prompt-Struktur über alle Motive erzwingt. Konsistenter Aufbau bedeutet konsistenten Output.

Phase 3 · Bilder generieren

- ✓ **Best of N:** Pro Motiv 20 bis 40 Bilder generieren, dann das beste wählen. Du erzeugst Auswahlmengen, keine Einzelbilder.
- ✓ Nochmal generieren ist **immer** effizienter, als ein Bild mit Retusche zu retten. Photoshop ist für den Feinschliff, nicht für die Reparatur.
- ✓ Quality-Settings ausreizen (z. B. 4K, Quality: High). Die paar Cent mehr sparen viel Zeit mit schlechten Outputs.

Phase 4 · Produktdetails, wenn das Produkt klein im Bild ist

Sobald das Produkt nur einen kleinen Bildanteil hat, kommen verwaschene Details, falsche Schrift und verzerrte Logos. Markenkunden akzeptieren das nicht.

1. Wide-Shot wie geplant generieren: Komposition, Charakter und Licht stehen, nur das Detail ist schwach.
2. Den Produktbereich markieren und separat mit hoher Detailtreue neu generieren (Refinement-Feature). Der Rest des Bildes bleibt unverändert.
3. Im Extremfall das Detail separat erzeugen und sauber maskiert ins Original einsetzen (Composite).

Phase 5 · Vom Foto zum Video

Nicht „ein Prompt = fertiger Spot“. Das liefert inkonsistente Cuts. Stattdessen **Frame für Frame**:

1. Aus der Foto-Kampagne und den Character Sheets ein Storyboard generieren.
2. Aus dem Storyboard die Keyframes als Einzelbilder ableiten.
3. Jedes Keyframe einzeln ins Video-Modell laden, mit eigener Motion-Direktive. So entstehen Clips von je 2 bis 3 Sekunden.
4. Klassischer Schnitt: Clips hart aneinanderhängen. Passt einer nicht, wird nur dieser neu generiert.

Lege hier bereits den Cut-Rhythmus fest. Das Audio (Phase 6) wird darauf geplant, nicht hinterher draufgelegt.

Phase 6 · Audio ist Pflicht, nicht Post-Production

- ✓ Voice-Over: kurze, konkrete Linien statt abstrakter Parfüm-Phrasen.
- ✓ Musik: minimalistisch und passend (z. B. Ambient-Pad, ca. 70 BPM, kein Drum-Kit).
- ✓ Sound-Design (Wind, Wellen, Atem) **auf den Cut-Rhythmus mitplanen**, nicht erst hinterher drauflegen.

Ohne Audio-Planung produzierst du „PowerPoint mit Bewegung“.

Mensch vs. KI: wer macht was

KI übernimmt	Mensch übernimmt
<ul style="list-style-type: none"> • Bild- und Videogenerierung • Character Sheets • Detail-Refinement • Voice-Over, Musik, Sound-Layer 	<ul style="list-style-type: none"> • Konzept und Domänen-Check • Master-Tabelle • Auswahl (Best of N) • Maskierung / Composite • Finaler Color-Pass und Schnitt

Die vier häufigsten Fallstricke

- **Links und Rechts:** KI versteht „links“ nicht (Spiegel-Logik). Lösung: anatomische und visuelle Beschreibung kombinieren, die Bildkoordinate festlegen (linkes Handgelenk liegt bei Frontalansicht im rechten Bild Drittel), eine klare Negativ-Anweisung setzen und das Referenzbild als Anker nutzen.
- **Content-Moderation bei Video:** Begriffe wie „dive“, „hooded“ oder „underwater“ triggern Safety-Filter. Sport- und Editorial-Kontext explizit setzen und Begriffe neutral umschreiben.
- **Domänen-Fehler:** Funktional unmögliche Details. Nur durch Vorwissen vor dem ersten Prompt vermeidbar.
- **Demo-Tempo ist nicht Brand-Tempo:** Mit Korrekturrunden, Adaptionen und Sprachvarianten vervielfacht sich der Aufwand auf das Drei- bis Vierfache.

Fünf Lehren für die Praxis

1. Plane, bevor du promptst.
2. Hol Domänenwissen rein, bevor du anfängst.
3. Investiere in Character Sheets (nur fiktive Figuren).
4. Kombiniere Tools. Ein Stack aus mehreren Komponenten ist normal.
5. Kommuniziere realistische Aufwände: Demo-Tempo ist nicht Brand-Tempo.

„KI ist kein einzelnes Modell. KI ist Workflow. Wer denkt, ein guter Prompt löst sein Problem, scheitert an genau dieser Stelle.“ **Georg Neumann**