

Innovationen von der Adobe MAX zur Stärkung eurer Marke.

Es hat Spaß gemacht, wieder in L.A. zu sein und hautnah mitzuerleben, wie KI die Erwartungshaltung der Kundschaft verändert und wie Kreativteams sich darauf einstellen. Heute ist es wichtiger denn je, markenkonforme, wirtschaftlich tragfähige Inhalte zu skalieren, ohne dabei Markenwert, Qualität oder kreative Identität zu beeinträchtigen. In enger Zusammenarbeit können Teams schlagkräftige Botschaften formulieren und Customer Journeys konzipieren, die einen bleibenden Eindruck hinterlassen.



Kreative Durchbrüche für fesselnde Inhalte.

Sorgt spielend für Markenkonsistenz.

Trainiert die sicheren und kommerziell unbedenklichen KI-Modelle von Adobe Firefly mit euren Markenrichtlinien und bereits bestehenden Ressourcen. Dank ihres umfassenden semantischen Verständnisses unterschiedlichster Gestaltungskonzepte und der nahtlosen Integration in das Adobe-Ökosystem erzeugen unsere Modelle binnen kürzester Zeit markengerechte, produktionsreife Inhalte für beliebige Plattformen.

Passt Modelle an eure Marke an.

Mit der generativen KI von Firefly können Teams Modelle mühelos mit Ihren Markenressourcen trainieren und anpassen. Sie können mithilfe von Casecards nach Praxisbeispielen suchen, um kreative Inspiration zu erhalten und direkt in das Modelltraining einzusteigen. Durch das Hochladen von Markenrichtlinien oder Stilvorgaben erhalten Kreative beim Skalieren der Content-Produktion ein zusätzliches Absicherungsinstrument.

Kommt schneller auf den Punkt.

Kreative können Firefly Design Intelligence nutzen, um auch ohne KI-Fachwissen in kürzester Zeit markenkonforme Systeme zu trainieren, zu testen und zu teilen. Teams können flexible Designvarianten erstellen, anforderungskonforme Assets automatisch auswählen und kontextabhängig Texte generieren, um die Markenkonsistenz zu gewährleisten.



Erweitert und entfesselt die Kreativität eurer Teams mit KI.

Mehr erfahren

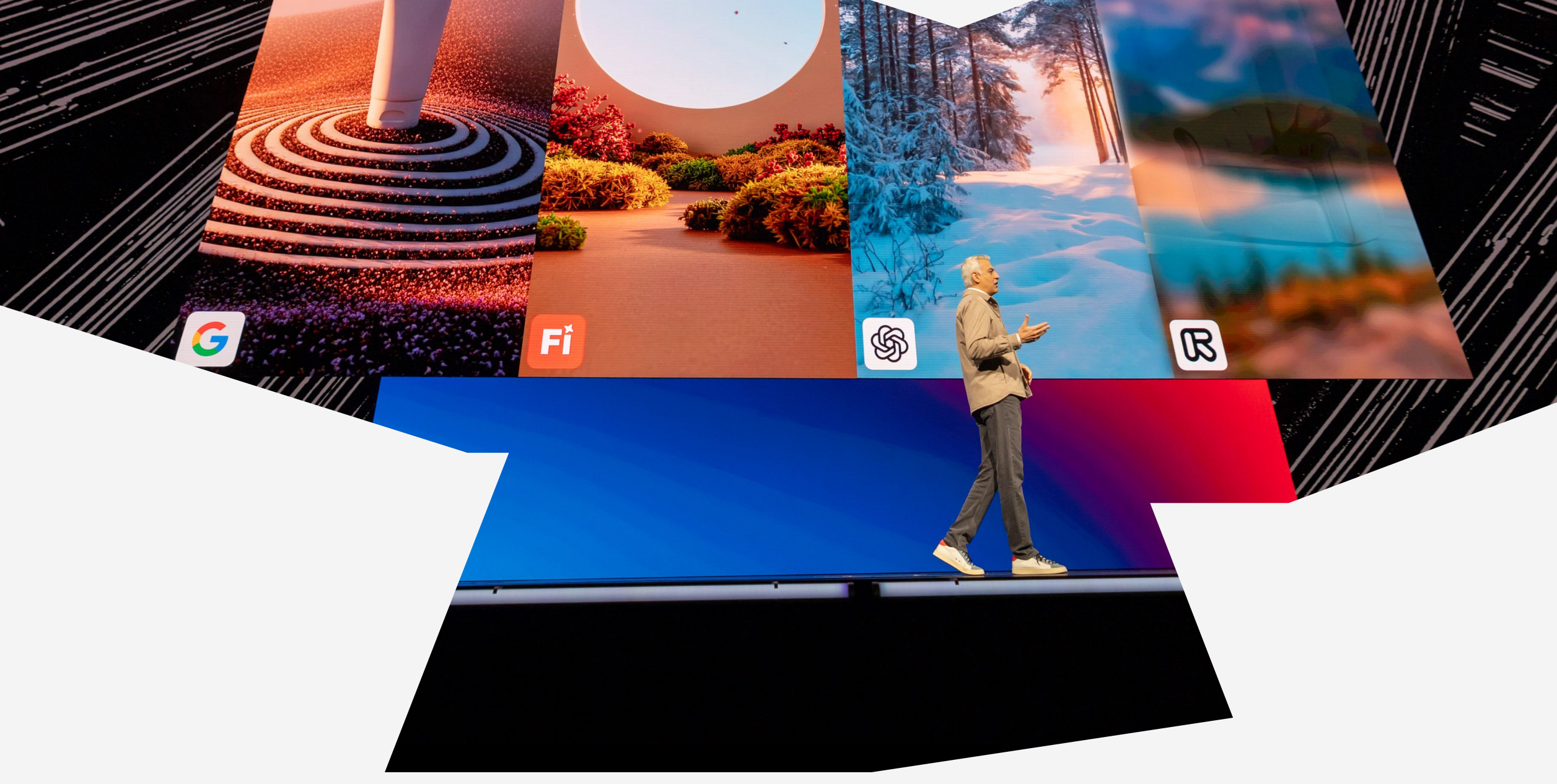
Erschließt euch dank KI eine umfassende Personalisierung.

Unsere Lösungen entdecken

ON-DEMAND-SESSIONS

So steigern Kreativteams die Reichweite ihrer Marken.

Führende Kreativschaffende haben auf der Adobe MAX 2025 von ihren Erfahrungen mit den KI-Modellen von Adobe berichtet. Seht euch an, wie sie mit Adobe die Content-Produktion ankurbeln und einzigartige Customer Journeys gestalten.



Neue Spielregeln für Kreativität: Experimentieren, Entfalten, Staunen

Sebastian „BAS“ Schwartz, AI Accelerator Marketing & Design bei Bosch, schildert, wie sein Team sich das Potenzial generativer KI zunutze gemacht hat, um die Content-Entwicklung völlig neu zu konzipieren. Bosch führte eine Kultur der Experimentierfreude ein und gestaltete seine Workflows so um, dass die Produktion skaliert und der kreative Output gesteigert werden konnte. Erfahrt, wie der Einsatz für Innovation und Kreativität bei Bosch Inhaltsgestaltung und Zielgruppenansprache entscheidend vorangebracht hat.

„Ich bin davon überzeugt, dass sich die Qualität der KI sehr schnell weiterentwickeln wird. Schon in naher Zukunft wird sie unsere internen Erwartungen umfassend erfüllen. Daher ist es dringend geboten, mit KI zu experimentieren und diesen Wendepunkt nicht zu verpassen.“

Sebastian „BAS“ Schwartz
AI Accelerator Marketing & Design, Bosch

KI in der Beauty-Branche: Wie Kreative bei Too Faced Cosmetics aufleben

Warissara Muangsaen, VP und Global Creative Director bei Too Faced Cosmetics, erläutert, wie ihr Team Tools wie Adobe Firefly mit dem unverwechselbaren Flair ihrer Marke kombiniert, um die Content-Generierung zu beschleunigen, ohne dabei die Alleinstellungsmerkmale der Marke aus den Augen zu verlieren. Erfahrt, wie Too Faced seine erste KI-gestützte Kampagne mithilfe von Markenrichtlinien und grafischen Referenzen zur Gestaltung seiner Videos und Bilder umsetzte – ein Ansatz, der dem Team die Möglichkeit zum Experimentieren und zur Entwicklung neuer Ideen bot.

„Wir haben ständig mehr Ideen, als wir tatsächlich verwirklichen können. Mit Adobe Firefly kann ich die Stimmung und die Welt einer Kampagne innerhalb weniger Minuten sichtbar machen. Und sobald die Vision klar ist, wissen Texter und Gestalter genau, wie sie umgesetzt werden soll.“

Warissara Muangsaen
VP und Global Creative Director, Too Faced Cosmetics

Echter Mehrwert durch KI: Wo sollte man ansetzen?

Tammy Pienknagura, Head of Portfolio Strategy bei Adobe, tauscht sich mit Branchengrößen wie Pete Choo, Managing Director bei Accenture, über aktuelle Forschungsergebnisse zur Wertschöpfung durch KI aus. Der wichtigste Aspekt ist dabei der Einsatz von KI zur Überwindung von Engpässen, damit Kreativteams schneller von der Ideenfindung über die Herstellung bis hin zur Personalisierung gelangen. Verfolgt ihren Austausch und lernt praktische Strategien kennen, um jenseits des Experimentierens zu echtem ROI zu gelangen.

„In den letzten 18 bis 24 Monaten haben wir den Experimentierstatus hinter uns gelassen, und jetzt beobachten wir auf dem Markt eine Differenzierung zwischen Marken, die KI allein zur Erstellung generischer Inhalte nutzen – und die dadurch an Relevanz verlieren –, und solchen, die KI einsetzen, um ihre Identität zu schärfen, ihr Storytelling zu verbessern und ihr Angebot aufzuwerten.“

Pete Choo
Managing Director, Accenture

Die fünf bedeutendsten GenAI-Innovationen für Enterprise-Teams

Elliot Sedegah, Director of B2B Marketing für Firefly bei Adobe, und Joe Karp, Director of Product Marketing für Firefly Services, haben auf der Adobe MAX fünf Produktinnovationen vorgestellt. In Kombination mit einer passenden Strategie und entsprechender Fortbildung haben diese KI-gestützten Erweiterungen das Potenzial, die Erstellung, Personalisierung und Skalierung von Inhalten in euren Unternehmen nachhaltig zu verändern. Bei diesem Gespräch erfahrt ihr, wie ihr eure Content-Strategie mit Tools von Adobe zukunftssicher gestaltet und wiederkehrende Aufgaben optimiert, um mehr Zeit für die inhaltliche Arbeit zu gewinnen.

„Schlussendlich müssen wir unsere Workflows überdenken. Und dafür müssen wir uns manchmal auch neu erfinden. In der Regel ist für eine solche Neuerung zunächst einmal ein zündender Funke erforderlich.“

Elliot Sedegah
Director of Product Marketing, Adobe

Session auf der Adobe MAX verpasst?

Erkundet die Keynotes, On-Demand-Sessions und Sneaks der diesjährigen Veranstaltung.

Hier ansehen

”

Kreativität hat im Laufe der letzten Jahre eine bemerkenswerte Transformation erfahren. Sie beschränkt sich längst nicht mehr auf traditionelle Branchen oder Rollen. Vielmehr ist sie eine universelle Sprache, die Grenzen überwindet, Innovation schafft und Kultur prägt.

Shantanu Narayen
Chairman und Chief Executive Officer, Adobe

Sprecht jetzt mit eurem Account Manager, um euch über bevorstehende Adobe-Events in eurer Nähe zu informieren.

Jetzt Kontakt aufnehmen