



Design-Innovation – was kommt als Nächstes?

Adobe in Zusammenarbeit mit Edelman
Data & Intelligence und Havas Play.

Einführung.

Keine Frage – die Arbeitswelt ist heute eine andere als noch vor wenigen Jahren. Selbst die fantasievollsten Kreativschaffenden und fundiertesten Prognosen hätten wohl die aktuellen Rahmenbedingungen nicht vorhersagen können. Gleichzeitig deuten schnelle technologische Fortschritte und die Veröffentlichung immer neuer Tools für generative KI darauf hin, dass die Phasen der Veränderung und Neuausrichtung andauern.

Solch ein tiefgreifender Wandel birgt Chancen und gibt uns die Möglichkeit, etablierte Abläufe zu hinterfragen.

Welche Rolle wird generative KI in der Zukunft einnehmen? Wie können wir ihr Potenzial in der Kreativbranche nutzen? Und wie können wir mithilfe von Technologie die Voraussetzung für neue kreative Ausdrucksmöglichkeiten und -formen schaffen?

Was ist generative KI?

Generative KI ist eine Variante der künstlichen Intelligenz (KI). Mit ihr lassen sich neue Inhalte wie Text, Bilder und sogar Musik erzeugen. Mithilfe von Machine-Learning-Techniken kann sie ähnliche Ergebnisse generieren wie die, mit denen sie trainiert wurde.

Wir haben mit 450 kreativ und nicht kreativ tätigen Personen sowie mit 200 Führungskräften aus verschiedenen Branchen gesprochen, die KI in unterschiedlichem Maße nutzen. So konnten wir uns ein Bild machen vom aktuellen Stand der kreativen Produktivität in Bereichen wie Einzelhandel, Medien, Finanzen und Fertigung.

Unser Report zeigt auf, wie sich mit generativer KI Kreativprozesse optimieren, neue Content-Formate nutzen und manuelle Aufgaben beschleunigen lassen.

Egal, in welchem Maß ihr KI bereits einsetzt: Der Report bietet interessante Einblicke darüber, wie ihr die Produktivität steigern, Mitarbeitende entlasten und Kreativität auf ein neues Level heben könnt.





Alle können Kunst.

2022 sorgte eine Instagram-App für Furore. Mit ihr konnte man KI-generierte Selbstporträts vor mystischen Landschaften erstellen.

Fast über Nacht nutzten alle generative KI. Tatsächlich ist die Demokratisierung von Kreativität auch der größte Vorteil der Technologie.

Eine gewisse Skepsis ist verständlich. Vieles spricht aber dafür, dass die Zukunft der KI-gestützten Kreativität nicht so düster ist wie befürchtet. Auch generative KI braucht Anweisungen. Bilder und Videos können nur über Text-Prompts erzeugt werden. Menschliche Kreativität und Fantasie sind also weiterhin gefragt. Kreativ-Teams müssen sich weiter Gedanken über Form und Komposition, Licht, Farbe und Perspektive machen – sie sind dabei lediglich weniger eingeschränkt.

Das ist aus unserer Sicht der vielversprechendste Trend für generative KI: Während Kreative repetitive, manuelle Arbeiten beschleunigen können, können andere Beschäftigte neue Aufgaben übernehmen.

Was meinen wir mit „Kreative“ und „Nicht-Kreative“?

Kreativität ist nicht an bestimmte Funktionen gebunden. Für die Zwecke dieses Reports unterscheiden wir aber zwischen traditionellen kreativen und nicht kreativen Rollen.

„Kreative“ bezeichnet Beschäftigte mit kreativem oder gestalterischem Aufgabenbereich, die mit Design-Software arbeiten. „Nicht-Kreative“ sind Mitarbeitende oder Führungskräfte in anderer Funktion, die aber auch kreative Inhalte erstellen, produzieren oder mitentwickeln.

Der Ideen-Drucker.

Tash Thomas, Operations Director bei Havas UK, stellt sich generative KI als Ideen-Drucker vor:
„Bisher mussten Kreative Ideen von Hand zeichnen oder als Skript aufschreiben. Jetzt gibt man einfach Prompts in einen Bildgenerator ein und erhält sofort Resultate – zum Teil auch solche, mit denen man nie gerechnet hätte.“

Mit dieser neuen Methode zur Ideenfindung und Konzeptentwicklung bleibt Kreativen mehr Zeit, sich auf den künstlerischen Aspekt und ihr Publikum zu konzentrieren.

Für Meredith Cooper, Senior Director of Product Marketing bei Adobe, ist diese Möglichkeit einer neuen Ära der Kreativität der spannendste Aspekt:

„Generative KI ebnet den Weg zu uneingeschränkter Kreativität. Jede Idee lässt sich in Echtzeit zum Leben erwecken, teilen und gemeinsam weiterentwickeln. Zeitaufwendiges Brainstorming und Überarbeitungen der durchgespielten Szenarien gehören der Vergangenheit an.“

Meredith Cooper,
Senior Director of Product Marketing,
Adobe

Stattdessen kann das Durchspielen von Szenarien jetzt so aussehen, dass Kreative ihre Ideen, die sie gedanklich schon mit allen Details vor Augen haben, mithilfe generativer KI direkt ausprobieren. Bei diesem beschleunigten Trial-and-Error-Prozess können Kreative schneller die Spreu vom Weizen trennen und in Echtzeit auf ihr Umfeld reagieren.

Für Lewis Oliver, Senior Designer bei Havas Play, liegt genau hier die Magie:

„Solange wir weitgehend an Print-Prozesse gebunden waren, hatten wir viel längere Fristen. Jetzt werden Projekte am selben Tag erstellt und hochgeladen und sind schon 10 Minuten nach dem Speichern online. Erstellung und Veröffentlichung von Content schließen sich fast nahtlos aneinander an. Unsere Kundinnen und Kunden wollen sofort reagieren. Wir müssen uns an aktuellen Ereignissen oder Momenten der Populärkultur orientieren und entsprechend schnell und hyperaktiv sein.“

Wohin also wird die neue grenzenlose Freiheit die Design-Branche führen?

Praxisnahe Lösungen.

57 % der Führungskräfte glauben, dass generative KI eine wichtige Rolle in ihrer Organisation spielen wird und einige der größten Herausforderungen bei der Content-Erstellung bewältigen kann. **60 %** wünschen sich vor allem Hilfe bei der schnelleren Time-to-Market für Content. Laut Jonathan Tse beantwortet generative KI die klassische Frage, wie sich mit weniger Mitteln mehr erreichen lässt: „**Durch maßgeschneiderte Lösungen für generative KI sehen Führungskräfte bereits einen enormen Produktivitätszuwachs.**“

Fachkräfte für Content-Erstellung haben ganz konkrete Erwartungen:

- **79 %** möchten Kameramaterial direkt in die Cloud hochladen, um es sofort bearbeiten und prüfen zu können.
- **74 %** wollen aus demselben Grund einen besseren Zugang zu Stockbildern.
- **76 %** fänden es gut, wenn Team-Mitglieder direkt auf Frames zeichnen könnten, um leicht verständliches Feedback zu Videos abzugeben.
- **71 %** wünschen sich die Möglichkeit, Kommentare und Feedback direkt im Bearbeitungs-Tool abzugeben.

Generative KI hilft Kreativen nicht nur, ihre Ideen zu Papier zu bringen, sondern auch, den gesamten Produktionsprozess – von der ersten Idee bis zum finalen Ergebnis – zu optimieren und zu beschleunigen. Dadurch entsteht mehr Freiraum für kreative Ideen. Das hat überraschenderweise dazu geführt, dass Kreative nach neuen Ausdrucksformen, Kanälen und Formaten für ihre Designs suchen. Es verändert sich also nicht nur die Art der Ideenfindung, sondern auch das Wie und Wo der Interaktion.



Der Boom der visuellen Branche.

Videos und andere visuelle Inhalte stehen weiterhin hoch im Kurs. Für Kreative ist es daher wichtiger denn je, verschiedene Video- und Fototechniken zu beherrschen.

Von besonderem Interesse sind Liveaction-Videografie, Stop-Motion- und 360-Grad-/VR-Videos.

Meredith Cooper beobachtet diesen Trend genau. „**Kreative setzen technologische Fortschritte oft in neue Trends um. Bei Adobe verfolgen wir solche Entwicklungen ganz genau. Wir wollen Kreativen und Marken dabei zur Seite stehen, neue Ausdrucksformen zu finden und Zielgruppen anzusprechen. Im Mittelpunkt steht immer die freie Entfaltung von Kreativität. Was können wir dazu beitragen? Wie können wir Creators unterstützen?**“

Der Boom der Video- und visuellen Branche ermutigt Content-Erstellende, sich nach neuen Wachstumsbereichen umzusehen. **60 %** der Kreativen beschäftigen sich bereits in erheblichem Umfang mit Bildbearbeitung. **51 %** arbeiten mit visuellen Effekten, und **49 %** erstellen 2D-Bilder.

Beachtliche **72 %** sehen Videos als wichtigen Treiber für personalisierte Erlebnisse. Fast **3 von 4** Befragten glauben, dass 8K-Videos künftig mehr Priorität für ihre Organisation haben werden. Schnelle technologische Fortschritte und Bildverbesserungen sowie die zunehmende Geschwindigkeit und vereinfachte Produktion führen dazu, dass visuelle Elemente längst nicht mehr nur Profis vorbehalten sind.

Mehr als die Hälfte der Kreativen möchte mehr 360-Grad-/VR-Videos erstellen. **53 %** wollen verstärkt mit Stop-Motion-Technik arbeiten, und **61 %** haben Interesse an Liveaction-Videografie.

Trotz der besseren Zugänglichkeit behindern Hürden im Bereich der Aus- und Weiterbildung den Erwerb neuer Skills.

59 % werden durch fehlende Erfahrung an der Erstellung der gewünschten visuellen Inhalte gehindert. **56 %** beklagen mangelndes Training, **52 %** führen Zeitmangel an, und **50 %** fehlen geeignete Tools am Arbeitsplatz.

Eines dieser Tools ist generative KI. Adobe Firefly wird bereits von vielen Kreativen genutzt. „**Generative KI ist nicht neu. Sie wird menschliche Kreativität vermutlich nicht ersetzen, wohl aber fester Bestandteil unseres Alltags und Arbeitslebens werden. Wir müssen die Technologie nutzen, um unser Geschäftsleben zu transformieren – und auch unser Privatleben**“, so Tash Thomas.

Uneingeschränkte Kreativität.

Repetitive, manuelle Aufgaben stellen eine große Belastung für Kreativ-Teams dar. Dazu gehören wichtige, aber zeitaufwendige Aufgaben wie das Hochladen von Material in die Cloud, die Suche nach Stockmedien, das Einholen, Klären und Umsetzen von Feedback oder die Übertragung von Medien von Speicherkarten und Festplatten.

58 % der Kreativen nennen Wartezeiten beim Hoch- und Herunterladen bzw. Übertragen von Dateien als Grund für ineffiziente Workflows. **54 %** müssen ihre Arbeit öfter als einmal pro Woche unterbrechen, um anderen Zugriff auf Inhalte, Medien oder Elemente zu gewähren.

Die meisten Kreativen wünschen sich bessere Lösungen zur Erstellung von visuellem Content, mit denen sie weniger Zeit für manuelle Aufgaben aufwenden müssen.

Lewis Oliver nennt als Beispiel das Direktauswahl-Werkzeug. Früher „**dauerte das Ausschneiden von Bildern je nach Komplexität oft mehrere Stunden. Mit der Funktion für generatives Füllen braucht es buchstäblich nur noch einen Tastendruck. Ich nutze das Feature, wenn ich unter Zeitdruck stehe oder ein Moodboard erstelle.**“

Hier zeigt sich das ganze Potenzial generativer KI: Sie kann nicht nur Bilder erzeugen, sondern ist auch ein unverzichtbares Hilfsmittel zum Einsparen wertvoller Zeit. Davon profitieren Effizienz, Innovationskraft und Kreativität.





Fast **3 von 4** Kreativen und **83 %** der Nicht-Kreativen glauben, dass sie ihre Projekte mit generativer KI effizienter ausführen können. Mehr als **70 %** der Führungskräfte und Nicht-Kreativen sowie Kreativen erhoffen sich von generativer KI mehr Zeit für strategische und höherwertige Aufgaben wie das 3D-Design – und damit neue kreative Möglichkeiten. Kreative (**84 %**) haben großes Interesse an der Arbeit mit 3D-Content. Sie wollen so die visuelle Wirkung verbessern (durch immersive Experiences oder 3D-Designs) und Arbeitsabläufe effizienter gestalten. Erneut behindern aber Budgeteinschränkungen (**35 %**) sowie fehlende Tools (**32 %**) und Trainings-Angebote (**32 %**) eine breitere Nutzung.

Obwohl sich Führungs- und Fachkräfte fast einstimmig für den Einsatz von generativer KI aussprechen, sieht die Praxis anders aus. Der Grund dafür liegt in der obersten Unternehmensetage. **85 %** der Führungskräfte sehen die kurzfristigen Geschäftsaussichten positiv. **83 %** haben in den letzten 12 Monaten Veränderungen bei der Arbeitslast der Beschäftigten festgestellt, und **3 von 4** wollen in Tools und Software investieren, um die Produktivität zu verbessern. Trotzdem fehlt es offenbar an konkreten Maßnahmen zur Entlastung.

Mehr Zeit für produktivere Aufgaben.

Uploads und die Übertragung von Dateien sowie das Zusammentragen von Feedback gehören zum Arbeitsalltag von Kreativ-Teams und werden natürlich auch abgerechnet. Der wahre Wert für Unternehmen und Auftraggebende liegt aber in den kreativen Projekten selbst.

Statt sich mit manuellen, repetitiven Aufgaben beschäftigen zu müssen, wollen Kreative 3D-Modelle erstellen (**47 %**), Designs in 3D visualisieren (**45 %**), die Vorteile virtueller Fotografie erkunden (**30 %**) und immersive AR/VR-Erlebnisse entwickeln (**28 %**). Dafür müssen sie ansprechendere Customer Experiences gestalten, ihre Skills im Bereich der Content-Erstellung verbessern und Design-Prozesse beschleunigen.

Von effizienterem, kompetenterem Personal profitieren die Arbeitsmoral, Attraktivität und Projektqualität – gleichzeitig aber auch Kundenzufriedenheit und Umsätze.

All das ist längst keine Zukunftsmusik mehr, sondern eine zum Greifen nahe Realität.



Fazit.

Generative KI wird immer mehr zu einem festen Teil vieler Workflows. Trotzdem gibt es in vielen Unternehmen noch Bedenken. Diese Zögerlichkeit ist normal, aber unbegründet. Intuitive Tools wie Adobe Express, Frame.io und Adobe Stock binden Funktionen für generative KI in ihre Oberfläche ein und tragen so zum Abbau von Barrieren bei.

Kreative müssen weniger Zeit für manuelle, aber repetitive (oder weniger wertvolle) Aufgaben aufwenden. Nicht-Kreative haben weniger Probleme beim Projekt-Management. Beide Gruppen profitieren von einer besseren Zusammenarbeit und nahtlos integrierten Abläufen zur Einholung von Feedback oder der Freigabe von Elementen.

Wie immer ist hierfür Veränderung nötig, und das ist oft nicht einfach. Die Integration generativer KI in Kreativ-Workflows kann jedoch sehr gewinnbringend sein.

Produktinformationen.

Creative Cloud für Business

Jetzt mit der Power generativer KI.

Creative Cloud Pro Plus Edition bietet eine vollständig integrierte Plattform für jede Art von Kreativprojekt – mit marktführenden Desktop-Programmen, Mobile Apps und Online-Services. Steigert eure Kreativität mit leistungsstarken Tools für generative KI. Skaliert eure Produktivität: Wählt aus über 375 Mio. hochwertigen Fotos, Videos und Musik-Tracks direkt in eurer Kreativ-Software.

Frame.io

Vereinheitlichte Zusammenarbeit.

Frame.io verbindet die Cloud-basierte Überprüfung und Zusammenarbeit mit den Programmen von Adobe. Verwendet eine zentrale Plattform für Zusammenarbeit, die die schnelle und sichere Überprüfung und Versionskontrolle in allen Projektphasen ermöglicht. Nie war es einfacher, Video-, Foto- oder Design-Projekte auf einer einzelnen Plattform zu speichern, zu teilen, zu prüfen und freizugeben.

Adobe Express

Flyer, Reels, Lebensläufe, TikTok-Videos und andere Kreationen leicht gemacht mit generativer KI.

Setze neue kreative Maßstäbe mit Funktionen auf Basis der generativen KI Adobe Firefly. „Text zu Bild“ und „Text zu Vorlage“ helfen Content Creators und Unternehmen, ihre Vision umzusetzen. Vorstellen, eintippen, staunen. Dream bigger.

Adobe Firefly

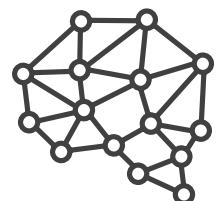
Der Boost für Kreativität.

Kombiniert das transformative Potenzial generativer KI mit führenden Kreativprogrammen. Mit generativer KI lassen sich manuelle Aufgaben mit geringem Mehrwert automatisieren und so die kreative Produktivität um das 2- bis 8-Fache erhöhen. Ideen lassen sich viel schneller in Content verwandeln – auch ohne Design-Kenntnisse. Creative Cloud Pro Plus Edition umfasst eine IP-Haftungsfreistellung – für Content-Erstellung ohne Risiko.

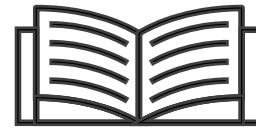


Gut gerüstet für die Zukunft – mit Adobe Creative Cloud für Business und der Power der generativen KI Adobe Firefly.

Creative Cloud für Business mit der generativen KI Adobe Firefly sowie Frame.io führt erstklassige Kreativprogramme von Adobe auf einer einheitlichen Plattform zusammen, die allen Anforderungen an Kreativprojekte gerecht wird.



Kreativität steigern. Beschleunigt die Ideenfindung und Content-Erstellung mit generativer KI direkt in euren Kreativprogrammen. Skaliert die Erstellung markenkonformer Inhalte mit eigenen KI-Modellen und APIs.



Produktivität skalieren. Verbessert euer Storytelling – wählt aus über 375 Mio. hochwertigen Fotos, Videos und Musik-Tracks direkt in euren Kreativ-Tools.



Zusammenarbeit vereinheitlichen. Verwendet eine zentrale Plattform zum Speichern und Bereitstellen von Inhalten, die die schnelle und sichere Überprüfung und Versionskontrolle in allen Projektphasen ermöglicht.

NEU: Generative KI.

Features auf Basis von Firefly direkt in Kreativprogrammen, IP-Haftungsfreistellung*



Stockmedien.

Uneingeschränkter Zugriff auf Adobe Stock direkt in Kreativprogrammen

Zentralisierte Abstimmung.
Einheitliche Lösung für Speicherung, Zusammenarbeit und Prüfung mit Frame.io

*Möglichkeit einer Haftungsfreistellung bei Urheberrechtsverletzungen durch Inhalte, die mit ausgewählten Workflows auf Firefly-Basis generiert wurden. Bitte Bedingungen beachten.



Vielen Dank.

Weitere Informationen:

Kontakt