



JUN 2024

# PRAXIS BERICHT

BUSINESS CASE Kieweg und Freiermuth  
Werbeagentur GmbH

ZUM THEMA „Erstellung von generativen  
(und kreativen) Inhalten mithilfe von KI“

Projektteam: Emma Hoffmann und Antonia Reichenberger  
Projektkoordination: Simon Barjasic

# UNTERNEHMENSVORSTELLUNG UND AUSGANGSLAGE

Die auf B2B-Marketing spezialisierte Werbeagentur Kieweg und Freiermuth (KUF) aus Konstanz unterstützt seit 1994 kleine und mittelständische Unternehmen mit zielgerichteten Personalmarketing-Kampagnen. Dabei wird großer Wert daraufgelegt, potenzielle Bewerber mit kreativen und wirkungsvollen Botschaften anzusprechen, die auf die jeweiligen Zielgruppen zugeschnitten sind. Zu den Kerntätigkeiten der Werbeagentur gehört die Erstellung von Kampagnen im B2B Bereich. Der Fokus des Projekts liegt darauf, die fünf Schritte der Kampagnenerstellung zu untersuchen und nützliche KI-Tools für diese Phasen zu analysieren.

Durch den digitalen Wandel können Unternehmen Künstliche Intelligenz effektiv im Marketing einsetzen. Die Werbeagentur plant daher, ihre kreativen Workflows und Kampagnenerstellungsprozesse zu optimieren und teilweise zu digitalisieren. KUF verwendet bereits KI-Tools wie Neuroflash für einzelne Prozessschritte, doch viele Abläufe sind noch zeitaufwendig und haben Optimierungspotenzial.

# ZIELSETZUNG UND VORGEHEN

Ziel des Projekts ist es, einen umfassenden Einblick in KI-Anwendungen im Marketing zu bieten, einschließlich Möglichkeiten, Risiken und Herausforderungen. Der Fokus liegt auf der Identifizierung von Einsatzbereichen für KI in der Erstellung von kreativen Inhalten und der Analyse, wie KI-Technologien innovative und ansprechende Inhalte generieren können.

Es erfolgt eine Analyse der fünf Phasen der Kampagnenerstellung, um darauf basierend eine Kampagne für die limitierte Edition des Reichenauer Inselbiers unter Einsatz von KI-Tools zu entwickeln. Abschließend werden Handlungsempfehlungen ausgearbeitet, um dem Partnerunternehmen konkrete KI-Tools für die effektive Kampagnenerstellung zu empfehlen und Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

# ÜBERSICHT EMPFEHLENSWERTER KI-TOOLS

Im Folgenden ist eine Übersicht über KI-Tools, die in den fünf Schritten der Kampagnenerstellung während des Projektes sinnvoll eingesetzt werden konnten. In den Schritten zwei und drei sind KI-Tools derzeit weniger sinnvoll, da menschliche Kreativität und Intuition für einzigartige und wirkungsvolle Ideen unerlässlich sind. Für den fünften Schritt, das Monitoring, wurde festgestellt, dass Verständnis und Transparenz essenziell sind und es noch keine KI-Tools gibt, die diesen Schritt vollständig übernehmen können.

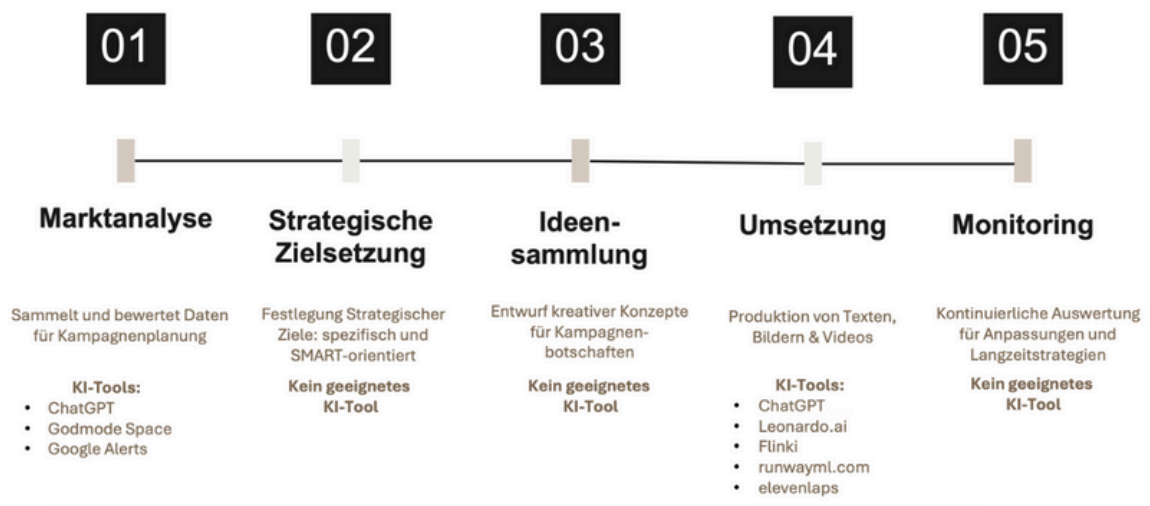


Abbildung 1: Übersicht der verwendeten KI-Tools (Quelle: Eigene Darstellung)

# AMPAGNENERSTELLUNG MIT BILDGENERIERENDER KI



Abbildung 2: Kampagnenbild

Das folgende Bild zeigt ein mögliches Kampagnenbild für eine temporäre Edition des A, welches ausschließlich mithilfe von KI-Tools erstellt wurde.

Während KI-gesteuerte Tools eine große Zeitersparnis bei der Erstellung von visuellen Inhalten ermöglichen, bleibt die Integration von Text innerhalb eines Bildes eine große Herausforderung für Bildgenerierungs-KI.

# FAZIT

Die Implementierung von Künstlicher Intelligenz im Unternehmen bietet viele Chancen, bringt aber auch Herausforderungen mit sich. Für die Marktanalyse sind hochwertige Daten und Datenschutz erforderlich. Zudem muss die Zusammenarbeit zwischen dem Menschen und dem KI-Tool effektiv gestaltet werden, um ein Gleichgewicht zwischen automatisierten Vorschlägen und menschlicher Kreativität zu finden. Insgesamt erfordert die KI-Implementierung technisches Geschick, Schulungen und bedeutet hohe Kosten und Zeitaufwand.

Abschließend lässt sich sagen, dass das Projekt einen umfassenden Überblick über den Einsatz von KI im Marketing gegeben hat. Es wurden potenzielle Einsatzgebiete von KI in den verschiedenen Schritten der Kampagnenerstellung identifiziert und analysiert, wie KI-Technologien innovative und ansprechende Inhalte erzeugen können.

Basierend auf diesen Erkenntnissen wurden konkrete Empfehlungen erarbeitet, die dem Partnerunternehmen zeigen, welche KI-Tools effektiv in die Kampagnenerstellung integriert werden können, um Wettbewerbsvorteile zu erzielen und die Arbeitsprozesse zu erleichtern.

# BUSINESS CASE KIEWEG UND FREIERMUTH WERBEAGENTUR GMBH

## ZUM THEMA „ERSTELLUNG VON GENERATIVEN (UND KREATIVEN) INHALTEN MITHILFE VON KI“

Projektteam

Emma Hoffmann  
Antonia Reichenberger

Projektkoordination

Simon Barjasic

Kontakt

E-Mail

Service Innovation Campus  
Kompetenzzentrum

smart-service-bw@htwg-konstanz.de  
sic.htwg-konstanz.de  
smart-service-bw.de

Ein Projekt von:



Unterstützt durch:

  
Baden-Württemberg  
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS