

AI als Creative Marketing Superpower

**Handbook zum Workshop mit
Christian Ortner von LOOP**

VORTRAGENDER:
Christian Ortner, LOOP



Table of Contents

1

Thinking with AI

2

Collaborate with AI

3

Tools & Setups

4

From Idea to Activation

Alle Inhalte dieses Handbooks stammen aus dem Workshop „AI als Creative Marketing Superpower“ mit Christian Ortner von LOOP am 3. Dezember 2025 und ist nur für die exklusive Distribution an Creative Region Members & Teilnehmer*innen des Workshops gedacht.

**“There are decades
where nothing happens
– and weeks where
decades happen.”**

THE CURRENT STATE OF TECHNOLOGY.

Intro

Künstliche Intelligenz verändert kreatives Marketing grundlegend – nicht als Ersatz für Strategie, Idee oder Haltung, sondern als neues kreatives Medium. Ähnlich wie Fotografie, Film oder Design eröffnet AI neue Möglichkeiten der Gestaltung, Beschleunigung und Skalierung kreativer Prozesse.

Dieses Handbook bündelt zentrale Denkmodelle, Prinzipien und Arbeitsweisen für den professionellen Einsatz von AI im kreativen Marketing. Es richtet sich an Kreative, Agenturen und Marketingteams, die AI nicht nur anwenden, sondern **bewusst kreativ führen** wollen.

Im Fokus steht dabei nicht das einzelne Tool, sondern:

- das Denken mit AI
- die Zusammenarbeit zwischen Mensch & Maschine
- und die Frage, wie kreative Qualität, Markenidentität und Verantwortung gewahrt bleiben

1. Thinking with AI – Haltung statt Hype

“AI doesn’t invent from scratch – it reflects.”

AI ist kein Shortcut. Sie ist ein kreatives Medium, das bestehende kulturelle Muster reflektiert, kombiniert und neu zusammensetzt. Sie erzeugt keine Ideen aus dem Nichts, sondern arbeitet mit dem, was Menschen zuvor geschaffen haben. Entscheidend ist daher nicht, ob AI eingesetzt wird, sondern wie bewusst sie geführt wird.

1.1. Was AI besonders gut kann

AI entfaltet ihre Stärken vor allem dort, wo Geschwindigkeit, Variation und Exploration gefragt sind:

1.

**Exploration
at Scale**

Erstellung vieler Varianten
in kurzer Zeit – unterschiedliche
Stile, Stimmungen und Formate.

2.

**Visualizing the
Impossible**

Darstellung abstrakter,
surrealer oder praktisch nicht
umsetzbarer Konzepte.

3.

**Fast
Prototyping**

Erprobung verschiedener
Ansätze vor dem Einsatz
von Zeit oder Budget.

4.

**Creative
Remixing**

Zusammenführung
verschiedener Stile,
Einflüsse und Referenzen.

5.

**Iterative
Collaboration**

Anpassungen am Prompt
führen zu entsprechend
angepassten Ergebnissen.

1.2. Wo AI an ihre Grenzen stößt:

Ohne klare kreative Führung wird AI-Output schnell beliebig.
Zu den zentralen Herausforderungen zählen:



Gesichter, Logos oder Charaktere variieren häufig zwischen einzelnen Outputs.



Visuell überzeugend, jedoch oft **ohne klare Kohärenz oder emotionale Entwicklung**.



Ohne klare menschliche Führung besteht die Gefahr **generischer, wenig differenzierter Ergebnisse**.



KI orientiert sich standardmäßig an westlichen Normen und benötigt **menschliche Einordnung, um Klischees zu vermeiden**.



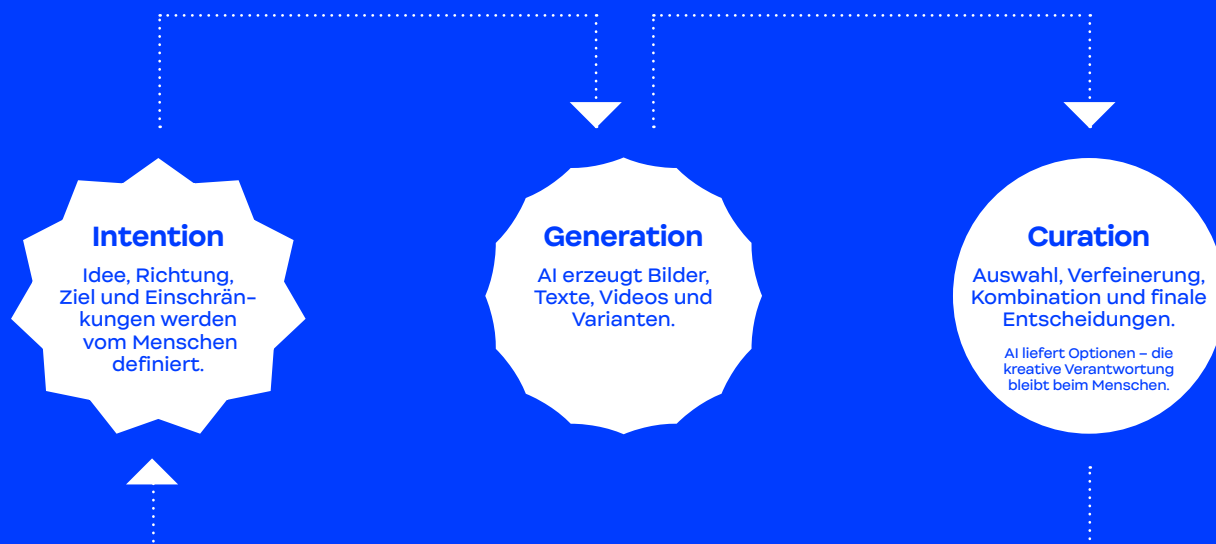
Je **präziser die gestalterische Vorstellung**, desto schwieriger ist eine reibungslose Umsetzung durch die KI.



2. Collaborate with AI – der kreative Workflow

Der kreative Prozess verändert sich: **Curation wird zur neuen Creation.**
AI liefert Optionen – die kreative Verantwortung bleibt beim Menschen.

2.1. Drei Phasen der Zusammenarbeit



2.2. Wann AI sinnvoll eingesetzt wird

AI ist besonders hilfreich bei:



Vor jedem Einsatz gilt:

Passt es zum Zweck, zur Marke und zum Publikum?

Zentrale Reflexionsfragen:

- Welchen kreativen Mehrwert kann AI hier schaffen?
- Was wird durch AI möglich, das zuvor nicht möglich war?
- Welche Daten, Referenzen oder Materialien stehen zur Verfügung?
- Wie fühlen wir uns beim Einsatz von AI – und wie unser Publikum?
- Können wir Qualität klar definieren?

Claude

Gemini

Krea

ChatGPT

Freepik

Runway

Eleven Labs

Midjourney

Copilot

Hey Gen

Gamma

3. Tools & Setups

AI-Tools unterstützen unterschiedliche Phasen im kreativen Prozess:

ChatGPT

Ideal zum **Sammeln von Referenzen, Materialien und Ideen**. Hilft dabei, einen **klaren Überblick** zu gewinnen und gleichzeitig tief in mögliche Ausprägungen des finalen Konzepts einzutauchen.

Midjourney

Perfekt für **visuelle Exploration** – die KI bewusst frei arbeiten lassen. Moodboards entwickeln, Stimmungen schärfen und die ästhetische Essenz herausarbeiten. Besonders stark, wenn es darum geht, das „Ungesehene“ sichtbar zu machen. Zudem ein leistungsstarker und kosteneffizienter Videogenerator mit Start- und Endframe-Funktion.

AI Suite

Eine Vielzahl an AI Suites bündelt nahezu alle relevanten Tools an einem Ort. Hier läuft alles zusammen: **Editing, Bildgenerierung und Videogenerierung**.

z.B.: Freepik, KREA, Weavy, Flora ...

Der Fokus liegt nicht auf einzelnen Tools, sondern auf ihrem sinnvollen Zusammenspiel.

Skills, die sowohl für AI-Prompting als auch für Projektmanagement entscheidend sind:

- Klarheit in der Kommunikation
- Problemlösungsfähigkeit
- Kreativität und Anpassungsfähigkeit
- Verständnis für Kontext und Zielsetzung
- Planungs- und Organisationskompetenz
- Sorgfalt und Aufmerksamkeit für Details
- Teamfähigkeit und kollaboratives Arbeiten
- Kritisches Denken und analytische Fähigkeiten
- Geduld und Durchhaltevermögen

3.1. Prompting als kreative Kernkompetenz

Prompting ist keine technische Fähigkeit, sondern eine kreative:

- klare Kommunikation
- konzeptionelles Denken
- Problemverständnis
- kreative Führung

Prompting und Projektmanagement teilen dieselben Kernkompetenzen: Clarity, Context, Planning und Critical Thinking.

3.2. ChatGPT – Best Practices

1.

Iterate
instead of
“ask once”

Qualität entsteht durch Dialog. Kurze Rückfragen und Anpassungen führen zu besseren Ergebnissen als ein einzelner Prompt.

2.

Create real
deliverables

Zitate, Social Posts oder Workshop-Bausteine entstehen in Minuten – und werden anschließend so lange verfeinert, bis sie wirklich einsatzbereit sind.

3.

Micro
Research

Tools vergleichen, Optionen benchmarken oder Dokumente zusammenfassen – effizient und innerhalb weniger Minuten.

4.

Transform messy
input

Grobe Notizen, Sprachnachrichten oder E-Mail-Verläufe lassen sich in **übersichtliche Zusammenfassungen, Checklisten oder klare Entscheidungsgrundlagen** überführen.

5.

Keep brand and
tone aligned

Stimme, Sprache und Wortwahl bleiben über alle Kanäle hinweg einheitlich. Custom GPTs helfen dabei, Tonfall, Regeln und Markenlogik zu sichern.

6.

Reusable
Tools

Kleine GPTs für Übersetzungen, Reviews, Audits oder Produktsuchen erstellen. **Systeme aufbauen – statt jedes Mal bei null zu beginnen.**

4. From Idea to Activation – ein Creative Framework für AI-Kampagnen

01 – Understand

Worum geht es wirklich?

Bevor AI zum Einsatz kommt, braucht es inhaltliche Klarheit. Nicht das Tool steht am Anfang, sondern der Kern der Aufgabe:

- Was ist die eigentliche Herausforderung?
- Welche Geschichte soll erzählt werden?
- Welche falschen Erwartungen müssen vermieden werden?
-

Ziel ist es, die narrative Essenz zu schärfen und Orientierung für alle weiteren Entscheidungen zu schaffen.

AI kann unterstützen durch Perspektivenwechsel, alternative Blickwinkel und sprachliche Präzisierung.

Verstehen kommt vor Visualisierung.

02 – Visual

Wie fühlt sich die Idee an?

Ist die Richtung klar, folgt die Übersetzung in eine visuelle Sprache. Dabei geht es nicht um Dekoration, sondern um Bedeutung:

- Welche Ästhetik passt zur Geschichte?
- Welche Codes unterstützen die Idee – welche schwächen sie?
- Wie sieht eine konsistente Bildwelt aus?

AI dient hier als visueller Denkraum für Exploration und Iteration.

AI ist ein Werkzeug für Richtung – nicht für den finalen Look.

03 – Activation

Wie kommt die Idee in die Welt?

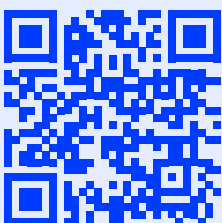
Erst wenn Idee und visuelle Richtung klar definiert sind, geht es um Aktivierung.

Diese Phase übersetzt das Konzept in reale Wirkung:

- Rollout-Logik
- Kampagnenmechaniken
- Formate, Kanäle und Touchpoints

Die zentrale Frage lautet nicht, was generiert werden kann, sondern was diese Idee braucht, um wirksam zu werden.

Aktivierung ist kein Add-on, sondern Teil der kreativen Idee.



Das Open-Source AI Playbook von Loop definiert Prinzipien, Verantwortlichkeiten und Best Practices für den professionellen und regelkonformen Einsatz von Künstlicher Intelligenz. Es bietet einen Rahmen für sicheres Experimentieren und stellt sicher, dass AI ethisch, verantwortungsvoll, sicher und wirkungsvoll eingesetzt wird.

agentur-loop.com/ai-playbook

meet LOOP



CHRISTIAN ORTNER

Managing Consultant – LOOP

LOOP ist eine moderne, digital ausgerichtete Lead-Agentur, die sich auf Design, Technologie und digitales Markenaufbau spezialisiert hat. Mit einem globalen Team von über 400 Experten an Standorten wie Salzburg, New York City und Sydney unterstützt LOOP Marken dabei, sich in der digitalen Welt zu behaupten. Zu ihren Dienstleistungen gehören UX-Design, Technologie-Lösungen, Performance-Marketing und eine eigene Video- und Foto-Produktionsabteilung. Alles basiert auf datengetriebener Kreativität.

Die Agentur legt Wert auf eine innovative und kollaborative Unternehmenskultur. Sie bietet flexible Arbeitsmodelle, umfangreiche Weiterbildungsprogramme. LOOP hat bereits in über 34 Ländern E-Commerce-Lösungen und digitale Kampagnen umgesetzt und nutzt fundierte Einblicke in Verbraucherverhalten und Trends, um Marken zukunftssicher zu machen.

LOOP online

[Instagram](#) | [TikTok](#) | [LinkedIn](#)
[Website](#)



Über LOOP

400
Talente

7
Büros auf der
ganzen Welt
verteilt.

3.200m²
Platz im
Headquarter
in Salzburg.

57
Nationen,
unter einem
Dach.