

creativ *verpacken*

Packaging
Design
Marketing

März 2024 / 2
212. Ausgabe
A 42311

Suederei:

Minimalismus
und Klarheit

Mera:

Mit Emotionen
authentisch bleiben

Tee:

Benefits im Fokus

Verpackungsdruck



creativ verpacken fragt:

Welche Erfahrungen haben Sie mit der Verwendung von Künstlicher Intelligenz (KI) gemacht?



Stefanie Twellmann
Grafik & Illustration
Hamburg
www.stefanietwellmann.de

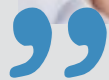


Als Grafikdesignerin und Illustratorin liefern mir die generativen AI Features in Adobe wirklich gute Ergebnisse im Bereich Foto-Composing. Ruckzuck hat man zum Beispiel fürs Packaging-Mockup mit Hilfe von Prompts den thematisch passenden Umgebungslook gezaubert. Das macht die Marke erlebbar und erleichtert den Workflow.

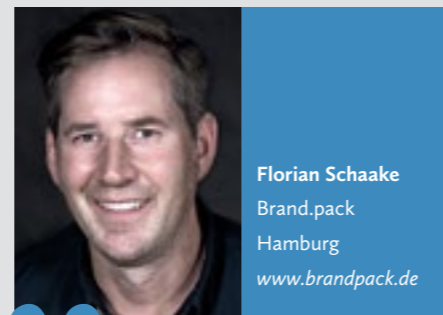
Bei Design und Illustration aber kann KI (noch) lange nicht mithalten, finde ich. Bis Künstliche Intelligenz so abstrakt, kreativ und konzeptionell *denken* kann, sind Designjobs meiner Meinung nach sicher. KI ist ein Werkzeug, um uns Designern zu helfen, nicht um uns zu ersetzen.



Claus Jung
Jung Verpackungen
Steinmauern
www.jung-design.de



Die Nutzung von KI bei Jung Verpackungen revolutioniert verschiedene Unternehmensbereiche. Chat GPT wird für Vertragsentwürfe und Informationsrecherche eingesetzt. Die Bildgenerierungsfunktion ist nützlich für Geschenkpapierdesigns, obwohl deren Möglichkeiten noch begrenzt sind. KI unterstützt bei der Erstellung von Angebotskonzepten und Übersetzungen. KI vereinfacht Arbeitsprozesse, steigert Produktivität und wird in Kundenkommunikation und -betreuung weiter integriert. Die KI wird nicht ersetzen, sondern unterstützen und neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen.



Florian Schaake
Brand.pack
Hamburg
www.brandpack.de



Die Verwendung von KI-Technologien ist ja nicht ganz neu, aber sie erfährt aktuell durch den massiven Einsatz in allgemein zugänglichen Anwendungen einen enormen Vorschub. Für uns als kreative Designagentur ist KI natürlich eines der relevanten Themen. Wir gehen proaktiv mit dieser Veränderung um, informieren uns stetig und wollen die Vorteile bestmöglich in unserer gesamten Wertschöpfungskette nutzen. Einerseits bieten verschiedene Tools eine enorme Erleichterung und Effizienzsteigerung, aber vieles ist auch noch nicht zu 100 Prozent ausgereift. Wir sehen vor allem in der zukünftigen Verknüpfung der technologischen Möglichkeiten enormes Potential.



Anne Luneau
Brand Boutique
Hamburg
www.brandboutique.biz



Ich liebe KI und setze sie regelmäßig begeistert ein: Sie ist smart, immer bestens informiert und blitzschnell – ein ideales Tool für Consulting und Kreation. Die Créateurs* sind wir – die KI unterstützt uns, in der Rolle einer unermüdlichen Assistentin. Sie hilft bei Recherchen, Marktanalysen, Copy-Variationen und visuellen Arbeiten wie Moods oder Scribbles. KI ermöglicht es mir als kreative Strategin, einfache, aber zeitintensive Routineaufgaben wie an einen Junior Team Player zu delegieren und mich effizient auf das Wesentliche – Ideenentwicklung und Beratung – zu konzentrieren.

* Schöpfer



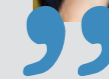
Ingo Beutler
Matthews Europe
Vreden
www.saueressig.com



Die graphische Industrie generiert eine Fülle graphischer Daten, von erfahrenen Fachkräften mit Expertenwissen erstellt, dass wir mittels KI-Lösungen nutzbar machen. Frühzeitig sammelten wir Erfahrungen in der Anwendung von KI für die Qualitätsprüfung. Durch maschinelles Lernen konnten wir unsere Lösungen trainieren, relevante Abweichungen zu identifizieren, und die Qualität erheblich steigern. Verantwortlich dafür sind spezialisierte Entwicklungsteams, die Anwendungen für interne und externe Kunden entwickeln. Diese Lösungen ermöglichen heute Anwendern die Identifikation von Referenzen und Duplikaten in Sekundenschnelle, ohne auf Spezialisten angewiesen zu sein. Für uns ist es entscheidend, KI-Anwendungen zu verwenden, die wir durch maschinelles Lernen für unsere Einsätze erweitern können.



Kira Hädrich
Achtzehn Quadrat
Düsseldorf
www.18quadrat.de



Mit KI-basierten Tools hat sich die Arbeit der Kreativen bereits verändert. Wir haben in kürzester Zeit die Möglichkeit, unsere Ideen im ersten Step zum Beispiel anhand von generierten Bildmotiven so darzustellen, dass der Kunde sie sich gut vorstellen kann. Es benötigt also keine aufwendigen Fotomontagen mehr. In meinen Augen kann sie aber nicht als Ersatz von Kreativität betrachtet werden. Die Originalität einer Idee lässt sich nicht immer errechnen. Ganz im Gegenteil. Sie basiert auf Erfahrungen, Wünschen oder Gefühlen der jeweiligen Zielgruppe, an die sie gerichtet ist. Da braucht es oft mehr als einen möglichst genauen Prompt. Zumindest jetzt noch ...