



Generative KI und kreative Produktivität.

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

Einführung.

Die Arbeitswelt wird immer schneller. Das gilt auch für den Kreativsektor. Mit der Nutzung von Social-Media- und Streaming-Plattformen steigt die Nachfrage nach visuellen Inhalten mit ansprechendem Design.

Die gute Nachricht ist, dass Technologie helfen kann. Generative KI wird die Kreativlandschaft verändern.

Tash Thomas, Operations Director bei Havas UK, spricht von einer „**beispiellosen Technologisierung**“ und einer „**Zeitenwende für die Branche**“. Sie glaubt, dass generative KI die Verschmelzung von Kreativität und Technologie beschleunigt und Unternehmen dadurch ihre Produktivität und Rentabilität verbessern können.

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.

Wir beleuchten das wachsende Arbeitspensum für Kreative und Nicht-Kreative sowie den Zeitdruck und die daraus resultierenden Belastungen für Führungskräfte.

Egal ob ihr die Produktivität steigern, Teams entlasten oder eure Kreativität auf das nächste Level heben wollt: Auf den folgenden Seiten findet ihr jede Menge Einblicke, die euch die Umsetzung erleichtern.



Schöne, neue Welten.

Beim Wort „kreative Arbeit“ denken viele an komplexe 3D-Renderings, aufwendig retuschierte Fotos oder prägnant formulierte Texte. Tatsächlich sind diese Beispiele aber nur die Endprodukte komplexer Kreativprozesse. Aufgrund der wachsenden Arbeitslast müssen Beschäftigte mit vielen Aufgaben jonglieren. Die moderne Welt ist zunehmend digital und vernetzt. Daraus ergibt sich eine „neue Dimension an Komplexität“, so Jonathan Tse, Director of Product Marketing bei Adobe.

„Es geht nicht mehr einfach darum, wer die besten Kreativ-Tools hat, um schnell Content zu erstellen. Vielmehr müssen die besten Kräfte zusammengebracht werden, um einzigartige, differenzierte Ideen zu entwickeln, mit denen sich Organisationen auf dem extrem umkämpften Markt Gehör verschaffen können.“ Kreative und Nicht-Kreative sollen heute mehr in kürzerer Zeit erledigen. Und das, obwohl Arbeit und Komplexität grundsätzlich gleichgeblieben sind. **72 %** der nicht kreativ tätigen Mitarbeitenden und **63 %** der Kreativen haben das Gefühl, dass ihnen mehr Projekte zugewiesen werden. Beide Gruppen (**60 %**) sagen, dass von ihnen erwartet wird, Projekte schneller fertigzustellen.

Von einigen Ausnahmen abgesehen, gilt in der Kreativbranche der Grundsatz: Ideen brauchen Raum. Das Spannungsverhältnis zwischen Kreativität und Produktivität engt den Raum für Fantasie jedoch ein. Wie können Kreative und Nicht-Kreative also beides in Einklang bringen?

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.



KI: ein nützliches Hilfsmittel.

Kreative Produktivität klingt zunächst wie ein Widerspruch in sich. Das muss es jedoch nicht sein. Das Tempo in der Arbeitswelt hat zugelegt. Die Arbeitsweisen sind jedoch gleichgeblieben. Daher haben Unternehmen und Mitarbeitende Schwierigkeiten, mit den höheren Anforderungen Schritt zu halten. Aber KI vereinfacht die Ideenfindung und trägt dazu bei, der gestiegenen Nachfrage nach kreativem Output gerecht zu werden.

Manuelle, zeitintensive Aufgaben werden reduziert, sodass Mitarbeitende und Unternehmen mehr Zeit für die Entwicklung und Umsetzung von Ideen haben.

Kreative jeder Branche berichten von einem höheren Arbeitsvolumen. Denn die Nachfrage nach allen Arten von kreativen Elementen boomt. Sie brauchen eine Lösung, die repetitive Aufgaben automatisiert und die Content-Erstellung im großen Umfang erleichtert.

Was sollen Kreative also tun? Das, was sie am besten können: kreativ sein.

82 % nutzen bereits generative KI und wollen das auch weiterhin tun. **74 %** sind der Meinung, dass sie damit effizienter sind. Durch die Automatisierung häufiger, zeitintensiver Workflows bleibt mehr Zeit für strategische und höherwertige Aufgaben. Gleichzeitig werden die Markenkonsistenz verbessert und Nacharbeiten reduziert. Zudem können Kreative mit einer generativen KI wie Adobe Firefly schneller verschiedene Varianten durchspielen und anpassen.

Für Meredith Cooper, Senior Director of Product Marketing bei Adobe, ist Software wie Firefly ein potenzieller Gamechanger. Die Kombination aus dem transformativen Potenzial generativer KI und führenden Kreativprogrammen ermöglicht mehr Effizienz und völlig neue kreative Ansätze.

„Generative KI beseitigt Barrieren und lässt der Kreativität freien Raum.“

Mit einfachen Text-Prompts lassen sich Bilder austauschen, der Hintergrund oder das Farbschema verändern und Elemente hinzufügen oder entfernen. Oft sind solche Tools auch produktübergreifend integriert. Die Ideen können also sprudeln. Mit generativer KI kann man Objekte einfügen oder entfernen bzw. Text transformieren und die Datei dann in einem anderen Programm weiterbearbeiten.

Im nächsten Schritt wenden Teams ihre Aufmerksamkeit dem Potenzial von generativer KI beim Projekt-Management zu. Wie bei jeder neuen Technologie ist die größte Hürde bei der Einführung die Angst vor Veränderung. Die meisten Menschen reagieren zunächst ablehnend und scheuen die mögliche Zeitverschwendungen.

Die frühzeitige Nutzung generativer KI führt jedoch häufig zu einer horizontalen und vertikalen Integration quer durch alle Workflows, Abteilungen und Hierarchien.

Kreative bauen durch den Kontakt mit generativer KI Bedenken zu potenziellen Nachteilen der Technologie ab. Dadurch wird der Weg frei für größere, mutigere Ideen, deren Umsetzung zuvor wegen fehlenden technischen Know-hows oder knapper Deadlines nicht möglich war.

Kreative setzen KI ein, um aufwendige Aufgaben zu beschleunigen, sodass mehr Zeit für die Ideenfindung und kreative Umsetzung bleibt. So lässt sich der Spagat zwischen Kreativität und Produktivität leichter meistern. Nicht-Kreative nutzen KI, um mehr kreative Aufgaben zu erledigen, die zuvor viel Zeit gekostet haben. So können sie ihr wachsendes Arbeitsvolumen besser bewältigen.

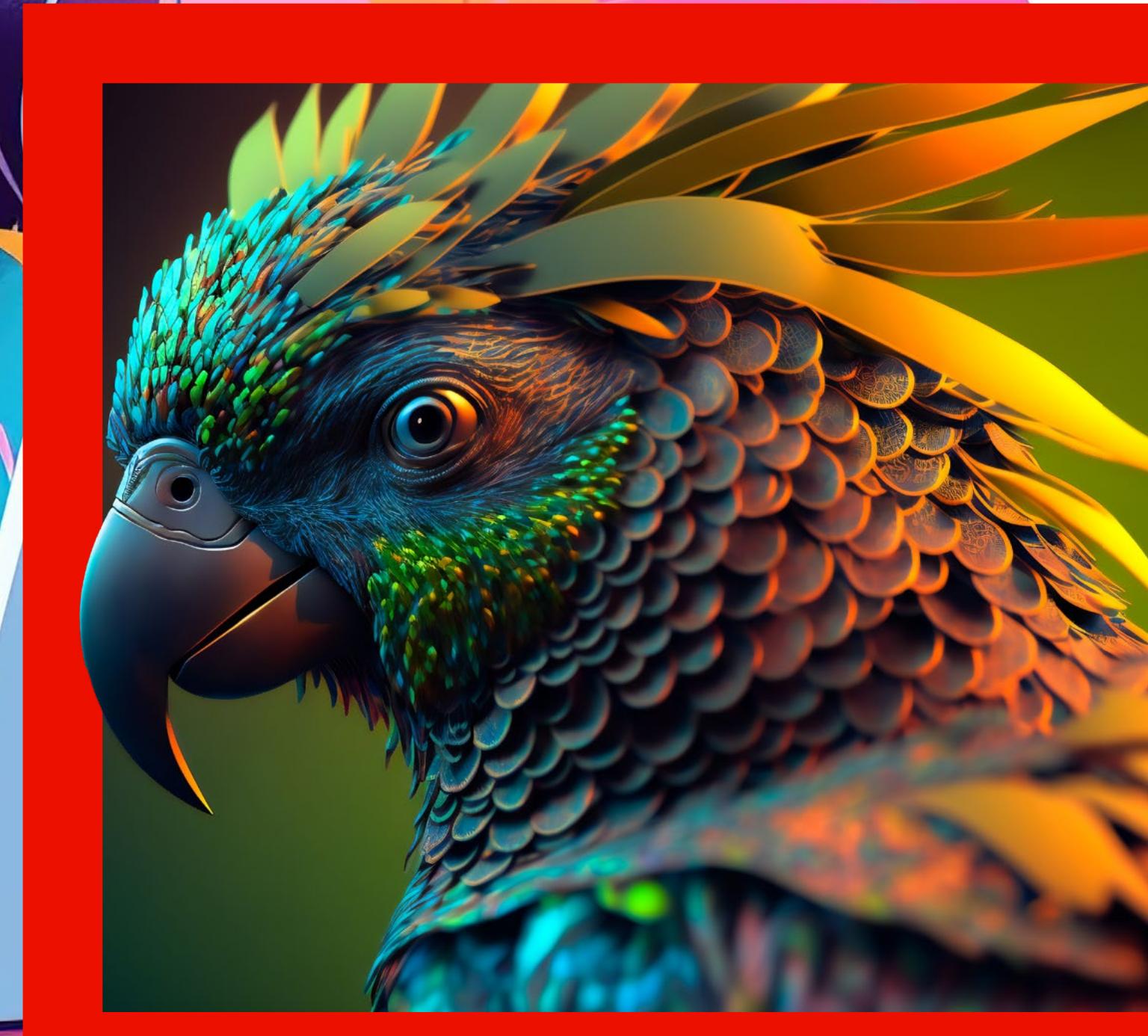
Die Zukunft der Arbeit mitgestalten.

Für nicht kreativ tätige Personen liegen die Einstiegshürden im Bereich Training und Support. Sie haben größere Bedenken zu den potenziellen Risiken generativer KI – und das, obwohl **83 %** der aktuellen Nutzerinnen und Nutzer glauben, dass sie damit effizienter arbeiten.

Tash Thomas rät Unternehmen, die relevant bleiben wollen, zu einem offenen Umgang mit der Technologie und der damit verbundenen Transformation. Das ist mit zusätzlichem Aufwand verbunden. Teams müssen „**ihre Prozesse unter die Lupe nehmen und Use Cases ermitteln, in denen ihnen KI bei kreativen Projekten und anderen spezifischen Herausforderungen behilflich sein kann.**“

Aber wie denken Teams darüber? Je mehr Kreativprojekte intern abgewickelt werden, desto größer sind die Anforderungen an Nicht-Kreative. Sie sind nicht nur zeitlichen und personellen Einschränkungen ausgesetzt (**79 %**), sondern auch dem wachsenden Druck, ihre Designskills zu erweitern und effizienter zu arbeiten.

79 % aus dieser Gruppe sagen, dass nicht alle im Team dieselben kreativen Skills haben. Gleichzeitig sind sich mehr als zwei Drittel bewusst, dass visuelles Storytelling mit Bildern, Animationen oder Videos eine immer wichtigere Rolle spielt.



Immer häufiger wird erwartet, dass Team-Mitglieder, die eigentlich nicht aus dem Kreativbereich kommen, die Content-Erstellung verwalten und ihre Designskills vertiefen. Anders als Kreative, bei denen die Nachfrage nach jeder Art von Element steigt, sehen Nicht-Kreative den größten Anstieg bei Elementen, für die bisher Kreativ-Teams zuständig waren.

Während sie sich früher typischerweise mit Präsentationen, Schulungen und internen Prozessen befasst haben, sollen sie jetzt immer öfter Inhalte für Social Media (ein Anstieg von **66 %**), das Web (**+58 %**), CRM (**+56 %**) und Paid Media (**+49 %**) produzieren.

Zwischen Anspruch und Wirklichkeit gibt es oft eine große Diskrepanz. Da sich Rollen und Aufgaben auch durch die anhaltende Digitalisierung verändern, ergeben sich mehrere Herausforderungen.

Gefragt sind intuitive Lösungen, die unterschiedlichen Erfahrungs-Levels gerecht werden, beschränkte Ressourcen optimal nutzen und die Effizienz verbessern. Gleichzeitig müssen Stakeholder in der Lage sein, projektübergreifend zusammenzuarbeiten. Vorlagen und Templates können dazu beitragen, die Markenkonsistenz sicherzustellen.

Adobe Express gehört zu den Tools, die diese Anforderungen erfüllen. Mitarbeitende – mit und ohne Design-Vorkenntnisse – finden hier eine immense Auswahl an Vorlagen sowie effizienzsteigernde Features auf Basis der generativen KI Adobe Firefly, z. B. „Text zu Bild“ und „Text zu Vorlage“.

„Oft ist nur die Rede davon, wie Firefly Workflows für Kreative verbessern kann. Wir sehen aber auch bei nicht kreativen Rollen großes Potenzial“, erklärt Meredith Cooper. „Wie dieser Report zeigt, übernehmen solche Teams immer mehr kreative Aufgaben – bei der Ideenfindung und Content-Erstellung, aber auch bei der Verwaltung des Kreativprozesses, etwa beim Erfassen von Feedback, dem Projekt-Management oder der Dateifreigabe. Firefly kann die kreative Produktivität in jeder Phase um das 2- bis 8-Fache erhöhen.“

Hindernisse bei der Zusammenarbeit und Projektverwaltung wirken sich auf die Geschwindigkeit und Effizienz von Workflows aus. In der Gruppe der Nicht-Kreativen haben **5 von 10** Befragten Probleme mit der Zusammenarbeit. **30 %** beklagen lange Wartezeiten bei der Überprüfung von Projekten. **22 %** führen Probleme mit der Versionskontrolle im Prüfprozess an, **19 %** mit der Weitergabe von Dateien zur Überprüfung.

Geschwindigkeit und Effizienz haben für Führungskräfte eine hohe Priorität. Ist generative KI wirklich die Lösung?



Intelligenter arbeiten.

Ziel ist es, mit möglichst wenigen Ressourcen optimale Ergebnisse zu erzielen. Bei der nie endenden Suche nach mehr Effizienz müssen Unternehmen „**immer neue Möglichkeiten finden, um Betriebskosten zu senken, die Produktivität zu steigern und mit den vorhandenen Mitteln mehr zu erreichen**“, so Jonathan Tse. Unternehmen stellen ungern neue Arbeitskräfte für Routineaufgaben ein, die nicht direkt zum Geschäftsgewinn beitragen. Sie setzen aber große Hoffnung in generative KI.

Wir haben uns bereits die Vorteile generativer KI für Kreative und Nicht-Kreative angesehen. Jetzt wollen wir untersuchen, wie die beiden Gruppen das schiere Volumen an Arbeit bewältigen. Für **71 %** der Kreativen liegt eine der größten Herausforderungen durch die gestiegene Arbeitslast im Projekt-Management, etwa beim Erfassen von Feedback oder der Bereitstellung von Dateien. **79 %** der Nicht-Kreativen sind zeitlichen und personellen Einschränkungen ausgesetzt. **53 %** haben außerdem Probleme mit der Zusammenarbeit.

Meredith Cooper sieht diesen Trend bereits bei den B2B-Accounts von Adobe.

„Fachkräfte aus allen Branchen und Rollen setzen bei der Verwaltung ihrer Aufgaben zunehmend auf KI. Adobe bietet eine zentrale Plattform für Zusammenarbeit, Produktivität, Filesharing und Feedback. Das macht das Projekt- und Aufgaben-Management viel einfacher.“

Meredith Cooper,
Senior Director of Product Marketing,
Adobe

Generative KI könnte eine Lösung sein. Lewis Oliver, Senior Designer bei Havas Play, erlebt bereits die Verbesserungen, die sich durch den Einsatz von Technologie ergeben können: „**Mit Creative Cloud lassen sich Dateien viel schneller und effizienter weitergeben und kollaborativ bearbeiten.**“

Zeitintensive Aufgaben wie das Zusammentragen von Feedback oder die Weitergabe aktiver Dokumente werden so vereinfacht. Die Konsistenz steigt, und ein Dokument kann durch mehrere Team-Mitglieder gleichzeitig bearbeitet werden.

Generative KI ist heute keine Zukunftsmusik mehr, sondern ein verfügbares Hilfsmittel, um einfache kreative Aufgaben zu beschleunigen, manuelle Abläufe zu automatisieren und das Projekt-Management zu straffen.



Fazit.

Welche Rückschlüsse lassen sich also für die Arbeitswelt 2024 ziehen? Niemand weiß, was die Zukunft bringt. Die Arbeitslast scheint sich aber nur in eine Richtung zu entwickeln – nach oben. Der Anstieg bei Volumen und Produktivität dürfte sich ungebremst fortsetzen. Wer weiter mithalten kann, profitiert.

Der Druck beginnt bei den Führungskräften und wird nach unten weitergegeben. Viele ihrer Probleme haben ihre Ursache im technologischen Fortschritt. Die gute Nachricht ist, dass sie sich durch ihn auch beheben lassen.

Tash Thomas weiß, dass Veränderung immer unbehaglich ist. „**Es gehört zu den typischen menschlichen Wesenszügen, Veränderungen ablehnend gegenüberzustehen. Und generative KI stellt eine große Veränderung mit unbekannten Folgen dar. Wir wissen nicht, wie der Endzustand aussieht. Also ist Unbehagen nur natürlich.**“

Aber nicht jeder Wandel muss schlecht sein. Und die Vorteile von generativer KI in puncto Geschwindigkeit, Produktivität und Aufgaben-Management lassen die anstehenden Veränderungen vielleicht in einem günstigeren Licht erscheinen.

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.

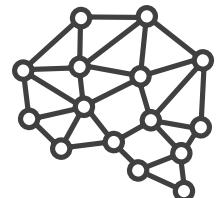
Adobe Firefly

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*



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

Stockmedien. Uneingeschränkter Zugriff auf Adobe Stock direkt in Kreativprogrammen

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





Vielen Dank.

Weitere Informationen:

[Kontakt](#)