

Kreative Arbeit, Disintermediation und neue Geschäftsmodelle

Interview mit Nicolas Neubert

Nicolas Neubert ist Creative Director bei Runway, einem führenden Entwickler generativer KI-Werkzeuge für kreative Prozesse. Mit über zehn Jahren Erfahrung in der Produktentwicklung hat er zahlreiche international beachtete KI-Filmprojekte realisiert, die u. a. im Forbes-Magazin, bei CNN und VentureBeat vorgestellt wurden. Er bewegt sich an der Schnittstelle zwischen Technologie und Kreativität und erforscht neue gestalterische Möglichkeiten.

Wie ist deine aktuelle Rolle und deine Hauptaufgaben?

Ich bin Creative Director, Member of Creative Staff und Creative Researcher. Meine Arbeit bewegt sich an der Schnittstelle zwischen Technologie und Kreativität, wo ich neue gestalterische Möglichkeiten erforsche.

Wenn du deiner Rolle der Zukunft einen kreativen Titel verleihen könntest, welcher wäre das?

Synthetic World Builder – weil KI mir ermöglicht, visuelle Welten zu erschaffen, die zuvor nur mit großem technischem Aufwand realisierbar waren.

Wie nutzt du KI, um deine kreativen Prozesse zu optimieren?

Die Geschwindigkeit der Ergebniserstellung ist unübertroffen. Ich kann Ideen schneller umsetzen und völlig neue kreative Möglichkeiten ausschöpfen.

Welche neuen Möglichkeiten bietet KI in der Erstellung von Inhalten?

KI ermöglicht es mir, komplexe VFX-, CGI- und Filmprozesse zu überspringen und direkt mit hochqualitativen Ergebnissen zu arbeiten. Ich kann ohne die üblichen technischen Hürden sofort mit kreativen Inhalten experimentieren.

Inwiefern ermöglicht KI, effizienter mit großen Agenturen und Plattformen zu konkurrieren?

Mein Workflow für Titelsequenzen hat sich durch KI enorm optimiert. Was früher Monate oder Jahre gedauert hat, erledige ich jetzt in wenigen Wochen. Dadurch kann ich mehr kreative Richtungen erkunden und Kosten erheblich senken.

Welche Rolle spielt KI bei der Monetarisierung deiner Inhalte?

Ich wähle meine unabhängigen Projekte bewusst aus, da ich eine Vollzeitstelle bei Runway habe. Deshalb ist die Monetarisierung meiner Inhalte für mich nicht entscheidend.

Welche neuen Erwartungen haben Marken und Plattformen an deine Arbeit durch den Einsatz von KI?

Ich motiviere Kunden und Marken dazu, einen KI-gestützten Prozess nicht als etwas völlig anderes als den Standardprozess zu betrachten. Am Ende geht es immer noch um Kreativität und Storytelling mit denselben Erwartungen an Qualität und Wirkung.

Wie verändert KI die Art und Weise, wie du mit Marken und Konsumenten interagierst?

KI erlaubt es mir, viel schneller zu arbeiten. Ich kann Projekte innerhalb weniger Tage umsetzen. Besonders in der Musikbranche hat das dazu geführt, dass ich Bühnenvisuals oft innerhalb weniger Stunden vor der Show gemeinsam mit Künstlern erstelle.

Wie nutzt du KI, um deine Reichweite und Zielgruppenansprache zu verbessern?

Ich habe meine Social-Media-Präsenz durch die Promotion verschiedener KI-Produkte in der Kreativbranche aufgebaut. Besonders erfolgreich war es, die Zugänglichkeit und Möglichkeiten von KI aufzuzeigen, während ich gleichzeitig kritische Themen in einem offenen Dialog anspreche.

Welche Rolle spielt die Dezentralisierung für deine Arbeit als unabhängiger Kreativer?

Ich arbeite direkt mit anderen Künstlern zusammen, ohne Studios, Labels oder Agenturen dazwischen. Das gibt mir mehr Kontrolle und Freiheit über meine Projekte.

Wie bewertest du die Disintermediation durch KI-gesteuerte Plattformen in Bezug auf deine Arbeit?

Die Macht kehrt langsam zu den Künstlern zurück. Sie können selbst entscheiden, wie sie ihr Geschäft führen möchten. Einige werden neue unabhängige Möglichkeiten sehen, während andere weiterhin die Vorteile und Sicherheiten der Zusammenarbeit mit Dritten genießen.

Inwiefern hilft dir KI, dich als freier Kreativer im Markt zu positionieren?

Anfangs half mir KI, mich in einem neuen Markt abzuheben. Heute, da der Markt gesättigt ist, positioniere ich mich hauptsächlich durch meine Ästhetik, mein visuelles Gespür und meine kreative Leitung.

Wie beeinflusst KI deine Beziehung zu Marken und deren Agenturen?

KI ermöglicht mehr kreative Diskussionen, weil durch Zeit- und Kostenersparnis mehr kreative Richtungen erkundet werden können.

Welche neuen Geschäftsmodelle hast du durch den Einsatz von KI entwickelt?

Ein besonders wertvolles Modell ist die Erkundung hochauflösender Welten in frühen Projektphasen. Das hat sich als sehr wertvoll für mich und meine Kunden erwiesen.

Wie unterstützt KI deine kreative Zusammenarbeit mit anderen Künstlern und Dienstleistern?

Neben den kreativen Möglichkeiten erleichtert KI die Zusammenarbeit enorm. Eine klare visuelle Grundlage für Gespräche zu haben, macht den kreativen Austausch effizienter.

Welche Herausforderungen siehst du beim Einsatz von KI in deiner täglichen Arbeit?

Es gibt viel Fehlinformation zu kritischen KI-Themen. Oft müssen erst Bedenken der Kunden ausgeräumt werden, bevor man sich auf kreative Ideen konzentrieren kann.

Welche Innovationen und Tools setzt du ein, um deine kreativen Prozesse weiterzuentwickeln?

Mein KI-Toolset besteht aus der Runway Suite (Gen-3 Alpha, Act One, Frames usw.) für generative Inhalte und Raycast AI, um alle LLM-Modelle an einem Ort zu bündeln.

Was sind die größten Herausforderungen bei der Integration von KI in deine kreativen Prozesse?

Ich habe keine Herausforderungen bei der Integration von KI in meinen persönlichen Workflow, weil ich fast ausschließlich mit Menschen zusammenarbeite, die bereits das Potenzial von KI verstehen.

Welche Fähigkeiten sind durch den Einsatz von KI in der Kreativbranche besonders wichtig geworden?

Allgemeine Kreativität und domänenbezogenes Denken sind essenziell, wenn man mit KI arbeitet. Es geht darum, Verbindungen zwischen verschiedenen Kontexten herzustellen, zu erkennen, wie sie zusammenpassen, und dann über die sprachlichen Fähigkeiten zu verfügen, eine KI entsprechend anzuleiten.

Wo siehst du die größten Stärken und Schwächen in der Interaktion zwischen Mensch und KI?

Größte Stärke: KI ermöglicht es Menschen, in ihrer Arbeit viel mehr zu erreichen.

Größte Schwäche: Der Lernprozess des Loslassens – darauf zu vertrauen, dass die KI versteht, was man von ihr will.

Welche ethischen Herausforderungen siehst du im Einsatz von KI in der Kreativbranche?

Nicht alle KI-Modelle sind gleich. Viele Unternehmen nehmen Abkürzungen beim Training, was Bedenken hinsichtlich des Urheberrechts aufwirft.

Wie stellst du Transparenz und Datenschutz bei KI-gestützten Projekten sicher?

Meine persönliche Marke reicht in der Regel aus, um klar zu kennzeichnen, dass ein Projekt in irgendeiner Form KI einbezieht.

Welche praktischen Schritte haben sich als besonders hilfreich bei der Integration von KI in deinen Arbeitsalltag erwiesen?

Der beste Ansatz: Mit den Tools experimentieren, offen bleiben und sehen, welche neuen Möglichkeiten sich daraus ergeben.

Dein Fazit?

Die Macht kehrt langsam zu uns Künstler:innen zurück. Wer KI als Werkzeug versteht, das neue kreative Möglichkeiten eröffnet, wird sie revolutionieren – nicht ersetzen lassen.