

# Automatisierung in Kreativprozessen

## Interview mit Lars Reinartz

Lars Reinartz ist CEO von RECORDBAY, einem Unternehmen, das sich auf Creative Automation für Unternehmenskommunikation spezialisiert hat. Er arbeitet mit seinen Teams daran, die Balance zwischen Effizienz und kreativer Qualität in automatisierten Kommunikationsprozessen zu perfektionieren.

### **Wie hat sich deine Rolle als Plattformbetreiber durch den Einsatz von KI verändert?**

Eher wenig. KI ist von Natur aus ein Treiber für Automation und es war daher die logische Schlussfolgerung, KI Innovationen direkt nahtlos zu integrieren.

### **Wie tragen deine KI-Lösungen zur Effizienzsteigerung im Bereich der Kommunikation und des Marketings bei?**

Als Teil von Automationsprozessen ist KI stark im Bereich der Übersetzung, Generierung von Inhalten sowie Teil einer intelligenteren Prozessautomation.

### **Welche Rolle spielt KI bei der Personalisierung und Automatisierung von Marketingkampagnen?**

Eine große Rolle. Richtig orchestriert können Inhalte skalierbar auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen angepasst werden.

### **Wie unterstützt eure Technologieplattform die Optimierung von Kampagnen in Echtzeit?**

Mit Varycon können Kampagnen schnell und problemlos optimiert und angepasst werden. Auch in Echtzeit, wenn der Bedarf besteht, über alle benötigten Content-Formate hinweg.

### **Welche Rolle spielt KI bei der Integration von Datenanalyse und kreativem Output?**

Für uns steht eher der kreative Output im Mittelpunkt. Hier liefert die KI die Inspiration, die vom Menschen noch feingeschliffen werden kann.

### **Siehst du KI als Bedrohung oder als Chance für traditionelle Medienkanäle?**

KI ist aus meiner Sicht weder Chance noch Bedrohung. Für mich ist es ein Werkzeug, das hilft, Dinge zu vereinfachen. Das kann eine Chance sein, aber da spielen aus meiner Sicht immer

viele Faktoren eine Rolle.

### **Welche neuen Erwartungen haben deine Kunden an eure Technologieplattformen in Bezug auf KI?**

Von uns wird erwartet, dass wir die angesagten Modelle kennen und damit umgehen können, sodass wir unseren Kunden die Benefits daraus auf unserer Plattform zur Verfügung stellen können.

### **Wie helfen deine Tools, die Dezentralisierung der Kreativ- und Marketingprozesse voranzutreiben?**

Immens. Mit Varycon brauchen unsere Kunden Agenturen rein für die Kreation, die operativen Prozesse wie Adaptionen, Internationalisierung etc. wird in die Hände der Kunden selbst gelegt.

### **Inwiefern erleichtern deine KI-Tools die kreative Arbeit von Agenturen und Unternehmen?**

KI-Tools revolutionieren die kreative Arbeit von Agenturen und Unternehmen durch eine immense Beschleunigung und Optimierung komplexer Content-Prozesse. Die Technologie ermöglicht eine deutlich schnellere Time to Market und steigert gleichzeitig die Kosteneffizienz.

### **Wie beeinflusst KI die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren innerhalb einer Kampagne (z.B. Marken, Agenturen, Plattformen)?**

KI transformiert die Zusammenarbeit zwischen Marken, Agenturen und Plattformen grundlegend. Sie beschleunigt den Prozess von der initialen Idee bis zum finalen Content-Kit erheblich, indem sie Arbeitsschritte automatisiert und Kommunikationsbarrieren überwindet.

### **Welche Chancen siehst du in der Dezentralisierung durch den Einsatz von KI-Tools für kleinere Marktteilnehmer?**

Die Chancen der Dezentralisierung durch KI-Tools für kleinere Marktteilnehmer sind tatsächlich begrenzt. Die signifikantesten Unterschiede entstehen primär beim Marketing@scale, wo große Unternehmen die Technologie umfassend und strategisch einsetzen können.

### **Welche neuen Produkte oder Dienstleistungen habt ihr als Reaktion auf den technologischen Wandel durch KI entwickelt?**

Wir haben einen eigenen Model Garden entwickelt, der jede KI-Lösung nahtlos in einen Use Case innerhalb unserer Plattform integriert. So können Unternehmen flexibel verschiedene Modelle nutzen – ob vorgefertigt, Open Source oder eigens entwickelt – und KI schnell in ihre Prozesse einbinden.

### **Wie habt ihr eure Technologieplattformen optimiert, um den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden?**

Unsere Schnittstellen sind so offen wie möglich, sodass wir flexibel auf die individuellen Anforderungen unserer Kunden eingehen und eine nahtlose Integration in bestehende Systeme ermöglichen.

## **Welche Fähigkeiten oder Kompetenzen sind durch den Einsatz von KI in der Kreativbranche besonders wichtig geworden?**

Die entscheidenden Fähigkeiten bleiben die gleichen: kreative Ideen und durchdachte Strategien zu entwickeln – jetzt ergänzt durch den gezielten Einsatz von KI als Werkzeug.

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

Viele Menschen tun sich schwer, präzise Briefings zu formulieren – das gilt ebenso für Prompts in der KI-Nutzung.

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

Das Urheberrecht ist ungeklärt. Unternehmen, die nicht rechtlich abgesicherte KI-generierte Inhalte nutzen, gehen immer ein Risiko ein.

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

Durch eine spezielle Cloud-Lösung, die die Daten unserer Kunden sicher und vor unbefugtem Zugriff schützt.

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

Die zentrale Frage: „Muss ich das jetzt selbst machen, oder kann das KI übernehmen?“

## **Dein Fazit?**

Die Zukunft liegt nicht in neuen KI-Innovationen, sondern in ihrer intelligenten Nutzung – wer KI richtig einsetzt, wird effizienter und kreativer