



On Intelligence



Hey Leute, 😊

wer, wie ich, schon länger in der Social-Media-Branche ist, erinnert sich vielleicht noch an die Seite „Perlen des Influencer Marketings“. Eine bis heute unbekannte Person sammelte über mehrere Jahre besonders peinliche Werbe-Fehltritte von Influencer:innen auf einer Facebook-Seite (ihr merkt's, das ist schon länger her 😊). So langsam wird es vielleicht Zeit für „Perlen des KI-Marketings“. Zwar probieren sich immer mehr Marken mutig an KI-generierten Werbemitteln aus. Die Ergebnisse sind allerdings, sagen wir, durchwachsen. Noch.



Vor ziemlich genau einem Jahr haben wir das letzte Mal in diesem Newsletter über KI gesprochen. Damals war das Motto noch „Spielwiese“. Darüber sind wir längst hinaus. Allein, wenn ich auf uns als Agentur schaue, kann ich kaum glauben, wie schnell das alles ging.

Vor einem Jahr ging es vor allem um ChatGPT. Inzwischen nutzen wir im Alltag Opus, Claude, Perplexity, Flux, Luma, Adobe Firefly oder Whisper, um nur die wichtigsten Tools zu nennen. Die Tools unterstützen redaktionelle Abläufe, Präsentationserstellung, Content-Produktion und aufwendige Datenanalysen, die wir noch vor einem Jahr nicht hätten umsetzen können. Um nur eine Zahl zu nennen: Etwa 500 Videos haben wir in diesem Jahr automatisiert mit KI-Unterstützung hergestellt.

Was sich nicht geändert hat: Der Marketing-Hype ist immer noch real. Gefühlt täglich schreiben mich auf LinkedIn Vertriebler an und versprechen mir: So wird meine Agentur mit KI angeblich zum Selbstläufer. Schön wär's. Den Kontakt zum Kunden, das Miteinander-Sprechen und -Diskutieren, das Entwickeln von kreativen Ideen unterstützt KI im besten Fall. Echte und reale Beziehungen lassen sich nicht komplett automatisieren.

Denn es ist beileibe nicht alles Gold, was glänzt. Diese Erfahrung machte zum Beispiel die Deutsche Gesellschaft für Tourismus, die etwas zu vorschnell und großspurig ihre KI-Influencerin „Emma“ auf die Öffentlichkeit losließ. Die Reaktionen auf die Kampagne reichten von belustigt bis hin zu verärgert über die stereotype blond-schlanke Schönheit aus der Retorte.

Und selbst ein Gigant wie Coca-Cola muss sich mit seinem komplett KI-generierten Weihnachtswerbespot in diesem Jahr von den Zuschauern anhören, wie seelenlos und künstlich dieses Experiment wirken würde.

Doch bei aller Kritik: Mutiges Experimentieren ist jetzt natürlich angesagt und generell ist mein Kredo: lieber intensiv testen und nicht perfekt, als gar nicht erst versucht. Der nächste Coca-Cola-AI-Spot wird schon viel besser aussehen. Wie schnell die Entwicklung voranschreitet, erklärt euch mein Kollege und KI-Experte Marius in diesem Newsletter. Und nicht jedes KI-Video ist ein Fail. Gerade, wenn KI mit Witz und Augenzwinkern eingesetzt wird, kommen sehr gute und unterhaltsame Ergebnisse raus. Ein paar sehenswerte Cases haben wir weiter unten zusammengestellt.

Worauf ihr euch verlassen könnt: Dass wir auch in Sachen KI der HitchOn-Philosophie treu bleiben. Wir werden weiter vorne mit dabei sein und alles testen, was geht. Aber wir gehen nur mit etwas raus, bei dem wir auch dahinterstehen. Ich bin froh, dass wir den „Perlen des Influencer Marketings“ mit unseren Kampagnen nie Futter geliefert haben. Das soll auch im KI-Zeitalter so bleiben.

Viel Inspiration und Spaß beim Lesen wünschen euch

eure Sarah und das HitchOn-Team



KI: Sparringspartner, Gamechanger & Hoffnungsträger



2024: Das Jahr, in dem KI erwachsen wurde! Die führenden KI-Systeme haben nicht nur beeindruckende Fortschritte in Geschwindigkeit und Leistung gemacht, sondern wurden auch deutlich erschwinglicher. OpenAIs „**KI-Adventskalender**“ gibt uns bereits einen aufregenden Vorgeschmack auf 2025. Text-, Audio- und Bildgenerierung werden noch intelligenter miteinander verknüpft. Das wird den Markt (schon wieder) komplett neu definieren.

Unsere Prognosen für 2025

KI-Video: Jetzt geht es richtig los!

Während viele sehnsüchtig auf OpenAI SORA warteten, haben Plattformen wie **Luma Dream Machine**, **Kling** und **Minimax** bereits im Jahr 2024 beeindruckende Video-Plattformen entwickelt. Bisher kamen diese Technologien hauptsächlich in Nischenproduktionen zum Einsatz. Die zahlreichen Weihnachtswerbespots, die mit KI-generierten Videos produziert worden sind, lassen erahnen, was kommt. Im nächsten Schritt werden sich KI-generierte Videos explosionsartig verbreiten.

Der Grund? KI-Videos werden nicht nur präziser steuerbar, sondern fügen sich auch nahtlos in klassische Produktionsabläufe ein. Unsere Anfragen zeigen: Das Interesse der Unternehmen wächst spürbar. 2025 werden KI-Videos für zukunftsorientierte Marken kaum mehr wegzudenken sein.

Audio-Integration: der nächste Gamechanger?

Die nahtlose und für den Zuschauer kaum merkliche Integration von Audio-Synchronisation und Sound-Design in KI generierte Videos wird ein wichtiger Meilenstein. An der bereits öffentlichen und noch etwas holprigen Auto-Übersetzung auf YouTube hören wir: Das sauber zu implementieren wird noch Zeit benötigen. Ein gutes All-in-One-Tool, mit dem man Dialoge in diversen Sprachen und passende Sound-Effekte direkt in das Video integrieren kann, wäre der nächste Gamechanger.

3D & Gaming: die unterschätzte Revolution!

Die Verschmelzung von KI und interaktiven Medien eröffnet völlig neue Dimensionen des Marketings. **Decart.ai** hat mit seinem KI-gesteuerten Minecraft-Klon die Gaming-Welt elektrisiert: Ein Spiel, das sich in Echtzeit selbst erschafft! Diese Technologie demokratisiert Spieleentwicklung und macht sie für Marketingzwecke zugänglich wie nie zuvor. Mit 3D-Tools wie Googles Genie 2 und World Labs AI wird 2025 das Jahr, in dem auch kleinere Marken ihre eigenen, fesselnden 3D-Welten erschaffen können – ohne ein Vermögen in Entwicklerstudios zu investieren.

KI-Agenten: Automation wird zum Geschäftsmodell der Zukunft

2024 markierte den Durchbruch der KI-Agenten: Vernetzte KI-Systeme, die komplexe Aufgabenketten (z. B. Recherchen, Datenbankerstellung usw.) selbständig bewältigen. Die Entwicklung zeigt jetzt schon, dass diese KI-Workflows für immer mehr Business-Cases interessant sein werden. So übernimmt die KI bei einem **Bäcker** lästige Zahlen- und Zählerarbeit oder ganze Medien-Kampagnen werden von **KI** unterstützt und ausgewertet. Mit der Integration fortschrittlicher Agentensysteme in ChatGPT und Google Gemini wird diese Technologie nun massentauglich – und erfüllt dann endlich viele Hoffnungen, die viele in den anfänglichen KI-Hype gesetzt hatten.

Riesen-Hype: Alle testen KI-generierte Werbekampagnen

Gewagte Prognosen gibt es in der KI-Blase zur Genüge. Manche Experten glauben, dass im Jahr 2025 bis zu **90 % aller digitalen Inhalte mit KI** erstellt werden könnten. Diese Prognose unterstreicht, wie sehr Künstliche Intelligenz bereits jetzt unsere Content-Welt transformiert. Kein Wunder, dass KI-generierte Werbekampagnen gerade in aller Munde sind.

Von sehr cool, bis polarisierend: Wir haben uns drei spannende Kampagnen angeschaut, die zeigen, wie unterschiedlich der Einsatz von KI in der Werbung bei der Öffentlichkeit ankommt.

Fiverr: „You use AI? Nobody cares, just make it work“ – und zwar kreativ

Die **Kampagne** von der Freelancer-Plattform Fiverr zeigt humorvoll, wie Künstliche Intelligenz sinnvoll eingesetzt werden kann, um kreative Höchstleistungen zu erzielen. Mit Augenzwinkern und einem eingängigen Musikspot macht Fiverr deutlich, dass die Ergebnisse und die Menschen hinter der Technologie entscheidend sind, nicht die Tools selbst. Denn letztendlich kommt es auf die Menschen an, die generative KI nutzen, wie sie es nutzen und welche Ergebnisse es liefert. Seht selbst.

Vodafone: „The Rhythm of Life“ – und KI gibt den Takt vor

Auch Vodafone setzt mit seiner **aktuellen Kampagne** auf Künstliche Intelligenz, um Menschen weltweit emotional anzusprechen. Dabei beschreibt das Unternehmen das Netz als „den allgegenwärtigen, pulsierenden Herzschlag unserer digitalen Gesellschaft“ und schafft mit einer modernen Produktion eine starke Verbindung zur Marke. Trotz des Einsatzes von KI betont der Mobilfunkanbieter, dass diese nicht die menschliche Kreativität ersetzt, sondern ein Werkzeug ist, das den Produktionsprozess optimiert.

Coca-Cola: „The Holiday Magic is coming“ – und die Parodien auch

Coca-Cola hat in diesem Jahr seinen traditionellen **Weihnachtsspot** erstmals vollständig von Künstlicher Intelligenz erstellen lassen – und erntet dafür starke Kritik. Während die Werbespots der Marke seit Jahrzehnten ein Symbol für die festliche Stimmung und den Zauber der Weihnachtszeit sind, vermisst das Publikum im aktuellen Spot genau diese emotionale Tiefe des Originals.

Kein Wunder, dass der Spot direkt Futter für eine sehr lustige **Parodie** des Softdrink-Startups „Zevia“ geliefert hat, die auf YouTube viral ging.



Weihnachtliche (KI-)Grüße

KI gehört zu unserem Agentur-Alltag dazu. Und genau wie bei Fiverr finden wir, dass die Arbeit mit KI viel Spaß macht, wenn man ein bisschen rumexperimentiert und gleichzeitig die Menschen dahinter entscheidend sind.

Dreht gerne an unserem magischen **Weihnachtsglücksrad**. Mit etwas Glück kommt ihr in den Genuss unseres KI-generierten HitchOn-Weihnachtssongs. Und mit noch mehr Glück gibt es was zum Nachbacken und Ausprobieren oder einen ganz echten, persönlichen Weihnachtsgruß. Viel Spaß! 😊

In diesem Sinne: Frohe Weihnachten, erholsame Feiertage und einen fulminanten Start ins neue Jahr! 🙌



IMPRESSUM: HITCHON GMBH vertreten durch die Geschäftsführerin Sarah Kübler
und den Geschäftsführer Thomas B. Hohmann
An den Grachten 27 | 55120 Mainz | Tel: +49 (0)6131 20 77 00 6
Web: www.hitchon.de | Email: info@hitchon.de
Registergericht AG Mainz | HRB Nr.: 46438 | USt-IdNr.: DE 298 789 989



Hier klicken zum [Abmelden](#)