



---

# Generative KI (2) - Von der Bildererstellung bis zur Videobearbeitung

---



IHK NRW

IHK NRW

A street sign for IHK NRW stands on a sidewalk. The sign is rectangular with a dark border and the text 'IHK NRW' in white, bold, sans-serif capital letters. It is mounted on a black metal post. The background shows a city street at dusk or dawn, with wet pavement reflecting the lights of cars and street lamps. The sky is a mix of blue and orange, and buildings are visible in the distance.



IHK NRW

# Teejit GmbH

....



## Benedikt Handel

**Geschäftsführer**

**Email: [benedikt@teejit.de](mailto:benedikt@teejit.de)**

**Phone: +491789314574**

# DAS teejit TEAM



**DIRK**  
SALES & BUSINESS  
DEVELOPMENT



**BENEDIKT**  
CEO



**HUBERTUS**  
CEO



**BASTIAN**  
STRATEGIE & BERATUNG



**LUKAS**  
BACKEND-DEVELOPER



**FRIEDEMANN**  
AI-AUTOMATISIERUNG



**JONAS**  
FULLSTACK-DEVELOPER



**CHRISTOPH**  
CONTENT DEVELOPMENT



**MORITZ**  
CONTENT DEVELOPMENT



**MELANIE**  
CONTENT DEVELOPMENT



**HUBERTUS**  
CONTENT DEVELOPMENT

# KI Webinare - IHK NRW



**März**

**Analysierende KI: bessere Entscheidungen mit Daten**

**April**

**Generative KI: Text & Ton**

**Mai**

**Generative KI (2) – Von der Bildererstellung bis zur Videobearbeitung**

**Juni**

**Robotik: Digitale Prozessautomatisierung & physikalische Unterstützung**



emmatravelsgermany





26. Mai um 13:03 · 👤



#Midjourney kann gerade im Tourismusmarketing echt eine Bereicherung sein.



12 weitere Personen

13 Kommentare





KI - Künstliches Interesse?

ODER SUCHST DU ECHTES  
ERLEBNIS?



# Was man mit KI-Bildgeneratoren machen kann

**01**

## **Bild erstellen**

Aus einem Text-Prompt ein realistisches Hotelbild generieren .

**02**

## **Prompt verfeinern**

Schrittweise von generisch zu hochwertig: Stil, Licht, Materialien gezielt steuern.

**03**

## **Stil verändern**

Gleiche Szene, andere Wirkung – Architekturmagazin, cinematic, minimalistisch oder editorial.

**04**

## **Stimmung ändern**

Tag zu Nacht, Sonnenuntergang zu Dämmerung – Atmosphäre und Tageszeit frei wählen.

**05**

## **Zielgruppe wechseln**

Dieselbe Location romantischer, jünger oder familiärer wirken lassen.

**06**

## **Teilbereich bearbeiten**

Einzelne Bildbereiche ändern: Pool vergrößern, Palmen ergänzen, Element austauschen.

**07**

## **Format anpassen**

Von Website-Hero zu Instagram-Story – ohne neues Shooting, in Sekunden.

**08**

## **Bildserie erstellen**

Außenansicht, Zimmer, Restaurant im gleichen Kampagnenstil – konsistente Bildwelt.

**09**

## **Grenzen kennen**

Fail-Demo: Überladene Prompts zeigen, wo KI scheitert – und was das bedeutet.

# Hilfreiche Tools im Überblick

## 01 Midjourney

*Stärke: Ästhetik & Kampagnenlooks*

Bester Output für Marketingbilder. Varianten, Upscaling, Style Reference, Region-Bearbeitung. Via Discord oder Web-Interface.

## 02 DALL·E 3 / ChatGPT

*Stärke: Gespräch & schnelle Entwürfe*

Direkt in ChatGPT integriert. Gut für iterative Prompts, Bildanalyse und Konzeptbilder. Weniger ästhetisch als Midjourney.

## 03 Adobe Firefly

*Stärke: Rechtssicherheit & CC-Integration*

Auf lizenzfreien Bildern trainiert – ideal für kommerzielle Nutzung. Direkt in Photoshop und Creative Cloud eingebettet.

## 04 Stable Diffusion

*Stärke: Kontrolle & Kostenfreiheit*

Open Source, lokal betreibbar, maximale Anpassung. Für technisch versierte Teams ohne Abokosten.

## 05 Canva AI

*Stärke: Einsteigerfreundlich*

KI-Bildgenerierung direkt im Design-Tool. Kein Prompt-Know-how nötig. Ideal für Social-Media-Posts und schnelle Grafiken.

# Vorteile im Tourismusmarketing

**01**

## **Kostensparnis**

Fotoshootings, Reisen und Models entfallen. Professionelle Bilder zu einem Bruchteil der Kosten.

**02**

## **Schnelligkeit**

Von der Idee zum fertigen Bild in Sekunden statt Wochen. Ideal für kurzfristige Kampagnen.

**03**

## **Skalierbarkeit**

Hunderte Bildvarianten für verschiedene Märkte, Sprachen und Zielgruppen gleichzeitig erzeugen.

**04**

## **Kreative Freiheit**

Szenarien zeigen, die real schwer fotografierbar sind – perfektes Wetter, Traumsonnenuntergang, jede Jahreszeit.

**05**

## **Personalisierung**

Bilder auf individuelle Kundenwünsche zuschneiden – mehr Relevanz, höhere Conversion.

**06**

## **Konsistenz**

Einheitliche Bildsprache über alle Kanäle hinweg ohne Abhängigkeit von externen Fotografen.

## 04 Nachteile & Risiken

### 01 Falsche Erwartungen

KI-Bilder können Reiseziele idealisieren – Gäste vor Ort sind dann enttäuscht.

### 02 Vertrauensverlust

Werden KI-Bilder als echt wahrgenommen und später enttarnt, leidet die Glaubwürdigkeit erheblich.

### 03 Rechtliche Graubereiche

Urheberrecht und Nutzungsrechte bei KI-generierten Bildern sind noch nicht vollständig geklärt.

### 04 Qualitätsmängel

Hände, Texte und Details können fehlerhaft wirken. Manuelle Nachbearbeitung oft notwendig.

### 05 Authentizitätsverlust

Reisende suchen echte Erlebnisse – zu stilisierte Bilder können distanzierend wirken.

### 06 Lernaufwand

Prompt-Optimierung und Tool-Änderungen erfordern kontinuierliches Lernen im Team.





# Was man mit KI-Videotools machen kann

**01**

## Avatar-Video erstellen

Realistischen KI-Avatar als Sprecher einsetzen – ohne Kamera, Licht oder Studio.

**02**

## Erklärvideo produzieren

Themen wie KI, Nachhaltigkeit oder Destinationen professionell und schnell erklären.

**03**

## Voiceover erzeugen

Aus Text eine natürliche Stimme generieren – in jeder Sprache, jederzeit anpassbar.

**04**

## Foto animieren

Ein Standbild zum Leben erwecken: Mimik, Blick und Bewegung aus einem einzigen Foto.

**05**

## Begrüßungsvideo

Persönliche Willkommensvideos für Gäste, Events oder Kampagnen – skalierbar und individuell.

**06**

## Mehrsprachige Videos

Dasselbe Video automatisch in DE, EN, FR, ES übersetzen – Lippsync inklusive.

**07**

## Stil & Ton anpassen

Formell, herzlich, jung oder premium – Stimme und Präsentation zur Zielgruppe anpassen.

**08**

## Video personalisieren

Gäste mit Namen ansprechen, regionalen Bezug herstellen oder Events individuell bewerben.

**09**

## Grenzen kennen

Uncanny Valley, Lizenzfragen, Kennzeichnungspflicht – wo KI-Video noch nicht überzeugt.

# Hilfreiche Tools im Überblick

## 01 HeyGen

*Stärke: Avatar-Videos & Lippensync*

Professionelle KI-Avatare als Sprecher. Erklärvideo-Erstellung ohne Kamera. Übersetzung in 40+ Sprachen mit Lippensync. Eigenen Avatar aus Video erstellen.

## 02 ElevenLabs

*Stärke: Natürliche Stimmen & Fotoanimation*

Hochwertige KI-Stimmen aus Text – realistisch, emotional und mehrsprachig. Fotos animieren: Mimik und Bewegung aus einem Standbild erzeugen.

## 03 Google Gemini

*Stärke: Multimodal & kreative Inhalte*

KI-gestützte Video- und Textgenerierung. Begrüßungsvideos, Kampagnentexte und Bildkonzepte in einem Tool. Stark im kreativen Storytelling.

## 04 Runway ML

*Stärke: Video-zu-Video & Inpainting*

KI-Videobearbeitung: Hintergrund ersetzen, Szenen verändern, Text-zu-Video. Ideal für kreative Nachbearbeitung von Rohaufnahmen.

## 05 Synthesia

*Stärke: Corporate & Schulungsvideos*

Business-Avatare für Schulung, HR und Marketing. GDPR-konform, einfach bedienbar, über 230 Avatare verfügbar. Stark im Corporate-Einsatz.

# Vorteile im Tourismusmarketing

**01**

## **Kostensparnis**

Kein Studio, kein Sprecher, kein Schnitt-Team. Professionelle Videos zu einem Bruchteil der Produktionskosten.

**02**

## **Geschwindigkeit**

Von der Idee zum fertigen Video in Minuten statt Wochen. Ideal für aktuelle Anlässe und kurzfristige Kampagnen.

**03**

## **Mehrsprachigkeit**

Dasselbe Video automatisch in Deutsch, Englisch, Französisch und mehr – mit natürlichem Lippensync.

**04**

## **Skalierbarkeit**

Ein Basis-Video, hunderte Varianten: für verschiedene Zielgruppen, Regionen oder Angebote.

**05**

## **Personalisierung**

Gäste namentlich ansprechen, regionale Inhalte einbauen – mehr Relevanz, höhere Conversion.

**06**

## **Konsistenz**

Einheitliche Markenstimme und Optik über alle Kanäle – unabhängig von externen Dienstleistern.

# Nachteile & Risiken

## 01 Uncanny Valley

KI-Avatare wirken manchmal fast-menschlich aber nicht ganz – das kann Befremden auslösen statt Vertrauen.

## 02 Kennzeichnungspflicht

KI-generierte Videos müssen in vielen Kontexten als solche erkennbar sein – rechtliche Lage entwickelt sich.

## 03 Authentizitätsverlust

Zu sterile oder generische Videos wirken unecht – Gäste erkennen fehlende Originalität und reagieren abweisend.

## 04 Qualitätsunterschiede

Ergebnis hängt stark vom Prompt, Tool und Ausgangsmaterial ab. Schlechter Input = schlechter Output.

## 05 Datenschutz & Lizenz

Eigene Stimme oder Gesicht als KI-Avatar einzusetzen braucht klare Einwilligung und rechtliche Absicherung.

## 06 Lernaufwand

Tools ändern sich schnell. Ohne regelmäßige Weiterbildung verliert man den Anschluss an aktuelle Möglichkeiten.



Was kann ich noch glauben, bzw. tun?  
....

# Der AI Act verfolgt einen risikobasierten Ansatz zur Regulierung von KI-Systemen



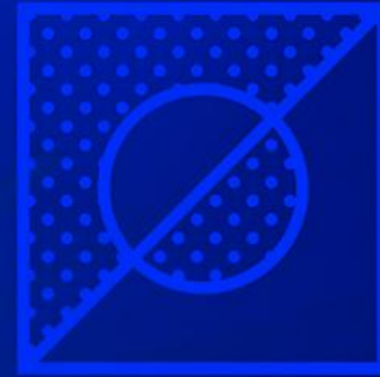




NEWS

# Saint Elmo's Hamburg launcht den ersten rechtssicheren KI-Bildgenerator

21. Juni 2023



EDI

ELECTRIFYING DIFFUSION INST

KI-Bilder erstellen, ohne Urheber-, Marken- und Persönlichkeitsrechte zu verletzen – das KI-Tool Electrifying Diffusion Instance von Saint Elmo's Hamburg bietet Marketern ab sofort mehr Rechtssicherheit.

**Hamburg, 21. Juni 2023.** Saint Elmo's Hamburg hat das erste Tool für generative künstliche Intelligenz entwickelt, bei der keine Unsicherheiten in Bezug auf die Verletzung von Drittrechten entstehen. EDI, kurz für Electrifying Diffusion Instance, ist ein fürs Marketing maßgeschneidertes User Interface für den KI-Bildgenerator Stable Diffusion, mit dem Marken und Medien Bildmaterial zum Beispiel für Kampagnen erstellen können. Der große Unterschied zu bestehenden Anwendungen ist der klare



## Künstliche Intelligenz – Fragen und Antworten\*

### Für wen wird das KI-Gesetz gelten?

Der Rechtsrahmen wird sowohl für öffentliche als auch für private Akteure innerhalb und außerhalb der EU gelten, sofern das **KI-System** in der Union in Verkehr gebracht wird oder Menschen in der EU von seiner Verwendung betroffen sind.

Es erfasst sowohl Anbieter (z. B. Entwickler eines Auswertungsprogramms für Lebensläufe) als auch Entwickler von KI-Systemen mit hohem Risiko (z. B. eine Bank, die dieses Auswertungsprogramm anschafft). Die Importeure von KI-Systemen müssen zudem sicherstellen, dass der ausländische Anbieter bereits das entsprechende Konformitätsbewertungsverfahren durchgeführt hat, das Produkt mit einer europäischen Konformitätskennzeichnung (CE) versehen ist und die erforderlichen Unterlagen und Gebrauchsanweisungen beigelegt sind.

# KI-Leitfaden

Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz | Digitales | **KI-Leitfaden**

## Chancen und Risiken von KI im Tourismus

- › 1. Leitlinie:  
Verantwortung und Qualitätskontrolle
- › 2. Leitlinie:  
Vertraulichkeit und Datenschutz
- › 3. Leitlinie:  
Verwertungsrecht und geistiges Eigentum
- › 4. Leitlinie:  
Transparenz, Sorgfalt und Verbrauchertäuschung
- › 5. Leitlinie:  
Ethische Standards, Fairness und Anti-Diskriminierung



## 3. Leitlinie: Verwertungsrecht und geistiges Eigentum

„Wir möchten KI nutzbringend einsetzen, aber gleichzeitig bestehende Urheberrechte, Rechte am eigenen Bild sowie sonstige bestehende Schutzrechte achten und respektieren. Wir möchten KI nicht dazu nutzen, Schutzrechte zu umgehen, sondern sehen in KI vielmehr eine Ergänzung unseres Werkzeug-Sets im touristischen Marketing, das innerhalb vorgegebener Leitplanken zu nutzen ist.“

### Details zu dieser Leitlinie:

Beim Einsatz von KI ist stets darauf zu achten, dass keinerlei Schutzrechte verletzt werden. Um dem gerecht zu werden, muss man zunächst sehr genau zwischen den verschiedenen Rechten differenzieren. Denn es gibt mehrere Schutzrechte, die den

Wie ihr vielleicht mitbekommen habt, haben mehrere Medien unser FAQ zum Umgang mit den beliebten Conni-Memes aufgegriffen und in den sozialen Netzwerken eine Vielzahl an kritischen Kommentaren hervorgerufen. Durch die oft verkürzende Darstellung des Sachverhalts sind Missverständnisse entstanden, auf die wir hier eingehen wollen.

🔥 Missverständnis 1: „Carlsen droht allen Meme-Ersteller\*innen mit Klagen!“

Nein. Wir drohen nicht mit Klagen, sondern fordern in bestimmten Fällen dazu auf, das jeweilige Meme aus dem Netz zu löschen.

Diese Fälle sind:

➡ Menschenverachtende, rassistische, gewaltverherrlichende und pornografische Verwendungen der Conni-Figur.

Diese gibt es neben den harmlosen und humorvollen Memes leider auch vielfach im Netz. Als Verlag der Conni-Bücher, die seit mehr als 30 Jahren Kinder im Alltag begleiten und ihnen Werte wie Empathie, Freundschaft und Solidarität vermitteln, kann Carlsen solche Memes nicht tolerieren.

➡ Nutzungen von Conni-Memes zu kommerziellen, werblichen, Marketing- und ähnlichen Zwecken.

Uns erreichen viele Anfragen von Unternehmen oder Institutionen, die um die Genehmigung bitten, Conni-Memes in ihre Werbekampagnen oder ihre Öffentlichkeitsarbeit zu integrieren. Diese Nutzungen können wir aus Gründen des Urheberrechts und des Markenschutzes nicht genehmigen.

Dabei wird die Conni-Figur oft zu Werbezwecken genutzt, ohne dass den Personen bewusst ist, dass es sich hier um die Verletzung eines Rechtes von Urheber\*innen handelt, die vom Produkt ihrer Kreativität leben. Wird ihnen dies klargemacht, löschen sie in der Regel das zu Werbezwecken eingesetzte Meme. Ein gerichtliches Vorgehen war bisher noch nicht erforderlich.

🔥 Missverständnis 2: „Carlsen will sich an den Urheberrechtsverletzungen bereichern!“

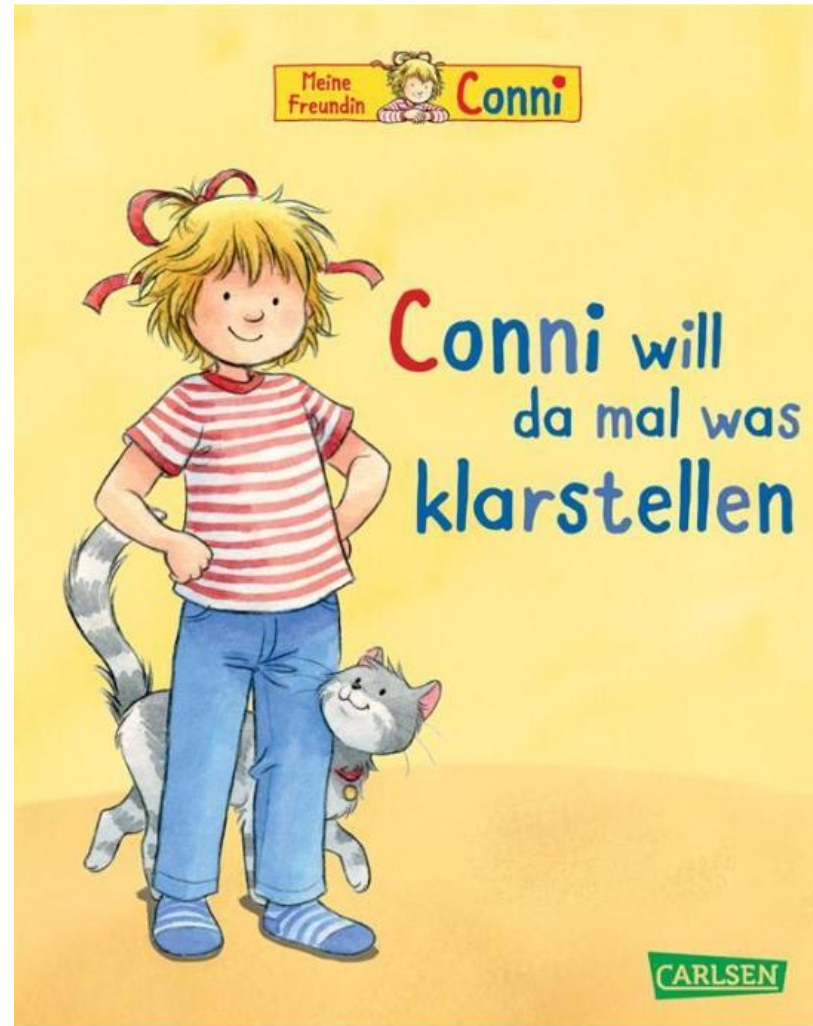
Klares Nein. Im Zentrum unseres Interesses stehen die Rechte der Urheber\*innen und die damit verbundenen Marken- und Titelrechte. Der Schutz dieser Rechte sichert die Lebensgrundlagen der Kreativen und aller, die an der Veröffentlichung ihrer Werke mitarbeiten. Unser Auftrag als Verlag ist es, die Rechte der Urheber\*innen zu schützen und diesen Schutz durchzusetzen – diesen Auftrag nehmen wir gerade auch angesichts der rasanten Entwicklung im Bereich der KI-Technik und den damit verbundenen urheberrechtlichen Fragen besonders ernst.

🔥 Missverständnis 3: „Carlsen missachtet das Recht auf Satire und künstlerische Freiheit!“

Conni-Memes gibt es bereits seit vielen Jahren. Uns freut es, dass die Figur Conni so bekannt und beliebt ist, dass sie sehr viele Menschen zu verspielten und lustigen Beiträgen im Internet inspiriert. Doch auch vor diesem Hintergrund gelten klare Regeln, die wir in den vorigen Abschnitten dargestellt haben und die gut nachvollziehbar sind, wenn man sich mal in die Lage der Urheber\*innen versetzt.

Wir hoffen, dass wir damit zum Verständnis beitragen können, und wünschen euch weiterhin viel Freude mit der Welt von Conni. 😊

Illustration: Janina Görrissen mit Marc Rueda





# INKLUSION

....

Hello! I am a Digital Sign Language Avatar.

**Making Content Accessible  
to Sign Language Users**

[Get in touch](#)



# BIAS UND DISKRIMINIERUNG

....

Algorithmen sind per se nicht diskriminierend - die Daten dahinter sind es

Prompt: A portrait of a person, [Format und Licht]





Diese Präsentation enthält Textbausteine  
und Bildelemente, erzeugt mithilfe von  
künstlicher Intelligenz.

# Teejit GmbH

....



**Benedikt Handel**

**Geschäftsführer**

**Email: [benedikt@teejit.de](mailto:benedikt@teejit.de)**

**Phone: +491789314574**