

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ DIE KREATION DEMOKRATISIEREN

Der Papst in weisser Daunenjacke, TRUMP bei seiner Verhaftung, MERKEL und OBAMA am Strand: Solche Bilder sorgen für Aufsehen und Verwirrung. Dass sie von Künstlicher Intelligenz geschaffen wurden, wie die junge Frau auf unserer Titelseite und rechts im Bild, lässt sich meist erst im Kontext erkennen. Deshalb fürchten Kritiker eine Abkopplung von der Realität und eine Zunahme an Fake-News. Ja, KI-generierte Bilder können gefährlich sein. Dennoch kann und sollte KI in unserer Branche aber auch aktiv und intelligent genutzt werden.



Bildquelle: KI-generiertes Bild bei 123rd.com

Bei Künstlicher Intelligenz werden Information kodiert und mithilfe automatisierter Interpretation neu zusammengefügt. Das scheint eng verwandt mit dem, was wir Menschen machen: Wir verarbeiten Eindrücke, speichern sie und stellen sie in einen neuen Kontext. Neues zu generieren ist auch das Versprechen der Künstlichen Intelligenz.

Die Hoffnungen sind also gross. Und es ist faszinierend, wenn wir mit einem kurzen Prompt (so wird die Eingabe in einen Image-Generator genannt) Bilder entstehen lassen. Aber auch Übersetzungen, Gesichtserkennung oder Sprachassistenten – Künstliche Intelligenz ist längst im Alltagsleben angekommen.

Auch in der grafischen Industrie. KI kann die Produktionseffizienz steigern und Ausfallzeiten verringern, KI kann Layouts berechnen, Auftragsdetails bewerten und vorhersagen, welche Aufträge am besten auf welchen Maschinen kombiniert werden können. Und KI kann dabei unterstützen, Designs und ganze Kampagnen zu erstellen. Es gibt sie bereits, die KI-Tools, die Logos und Schriften vorschlagen, die automatisch umbrechen, die vieles von dem können, was eine Werbeagentur üblicherweise anbietet – der wirklich kreative Part bleibt natürlich ausser vor. Und dennoch wird es für Druckereien mit KI möglich, neben Druck und Versand auch Kreativleistungen anzubieten. Auf Seite 14 dieser Ausgabe beschäftigen wir uns ausführlich mit dieser Thema-



ti. KI ergänzt diese Überlegungen noch und macht es mit entsprechenden Tools sehr viel einfacher, mehr Selbstbewusstsein gegenüber den Digitalen aufzubauen.

Denn wie damals Desktop Publishing die gesamte Druckvorstufe für jedermann möglich machte, wird die generative Künstliche Intelligenz auch das kreative Arbeiten demokratisieren. Vielleicht am Anfang nur mit dem Erstellen von Postern, Logos und Webseiten für lokale Unternehmen, später dann aber auch mit grösseren Werbe- und Design-Arbeiten. Damit kann Print wieder eine Wertschöpfungsstufe dazu gewinnen.

Mit der rasanten Entwicklung – einer Prognose zufolge wird der Wert des KI-Marktes von 120 Milliarden Dollar im Jahr 2022 auf mehr als 1.500 Milliarden Dollar im Jahr 2030 steigen – wird KI die Art und Weise, wie Druckereien ihre Geschäfte abwickeln und welche sie verwirklichen, weiter verändern. Das hat das Potenzial, die Branche und ihr Umfeld zu revolutionieren.



Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre – und alles Gute.

Klaus-Peter Nicolay
Jean-Paul Thalmann

Bringe deine Botschaft in
Form mit KuvertExtra

PAPYRUS **swiss
paper
club**

+41 58 580 58 00

swisspaperclub@papyrus.com

swisspaperclub.ch

