



# **Content, Marke, KI: Strategische Möglichkeiten im digitalen Zeitalter.**

Masterclass | Deutscher Marketing Tag 2026



**Freitag.  
Feierabend.  
Auszeit.**





Bedürfnis rein. Entscheidung raus.

**Menschen formulieren ein  
Bedürfnis – Agenten übersetzen es in  
Handlungen und Empfehlungen.**

”

AI agents will become the primary way we interact with computers. They will understand our needs and proactively help us with tasks and decision-making.

---

Satya Nadella, CEO of Microsoft



Wir optimieren nicht nur  
für Aufmerksamkeit –  
sondern für Auswahl.

# Die Veränderung für Marken

**Sichtbarkeit wird neu definiert**

**Entscheidungen werden  
vorsortiert**

**Verantwortung wird Teil der  
Content-Prozesse**



Relevanz heißt: in die Empfehlung kommen.

**Der erste Kontakt ist  
nicht immer ein Klick.**

**Oft ist es eine Empfehlung –  
vermittelt durch einen Agenten.**



Für Menschen

**CONTENT-FIRST**



**WIRD DER MAßSTAB**

Und Agenten



**Content  
wird zum  
Betriebssystem  
der Marke.**





# **PUBLISHING & MANAGEMENT**



# Das Content-Betriebssystem von Marken für Nutzer und Agenten

## OMNIMODAL EXPERIENCES

Neue Interaktionsmöglichkeiten

Wie beeinflussen Agenten / LLMs das Verhalten von Kunden und Nutzern? Wie müssen wir Content bereitstellen?

## AI-POWERED CONTENT SUPPLY CHAIN

In Echtzeit selbst-optimierender Content

Welche Inhalte dürfen automatisch generiert werden und welche benötigen den "Human in the Loop"?

## FOUNDATION

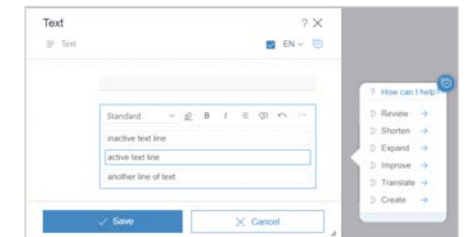
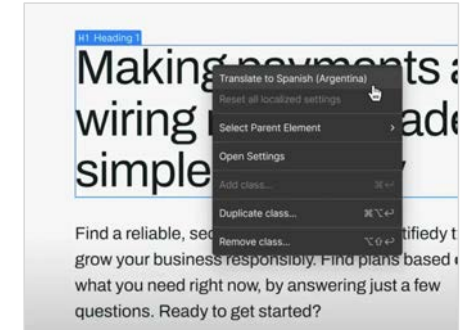
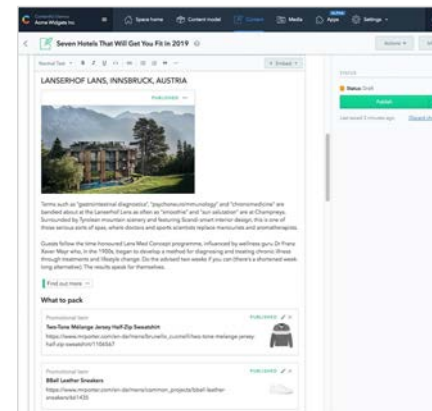
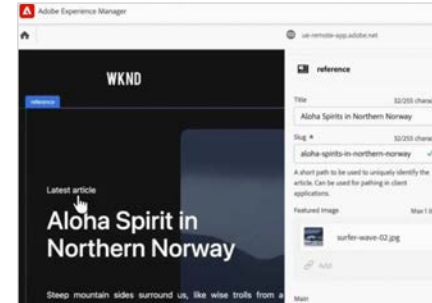
Leitplanken, Regeln und Governance

Welchen technischen, strategischen und ethischen Leitlinien benötigen wir? Was verlangen wir unseren Nutzer ab? Wie sicher sind unsere Systeme?



Quelle : Digital Experience Trends 2026, der Reply

# Klassische Content Management Systeme



**71%**  
**der Marketers**

gehen davon aus, dass  
sich die Nachfrage nach  
Content bis 2027  
verfünffacht.

**5x**



Quelle: Adobe

# Generative Content Management Systeme



Eingebaute  
generative  
KI-Funktionen

Personalisierung  
in Echtzeit

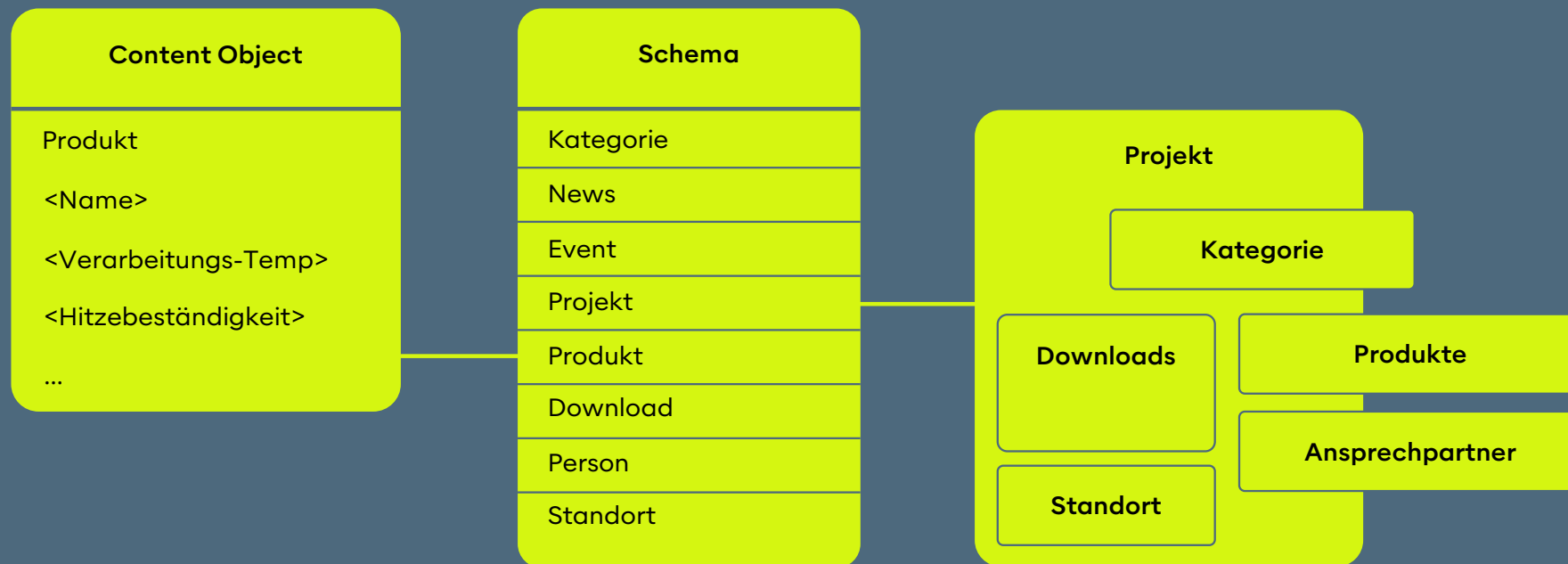
„Adaptive  
Experiences“

Dialogorientierte  
User Experience

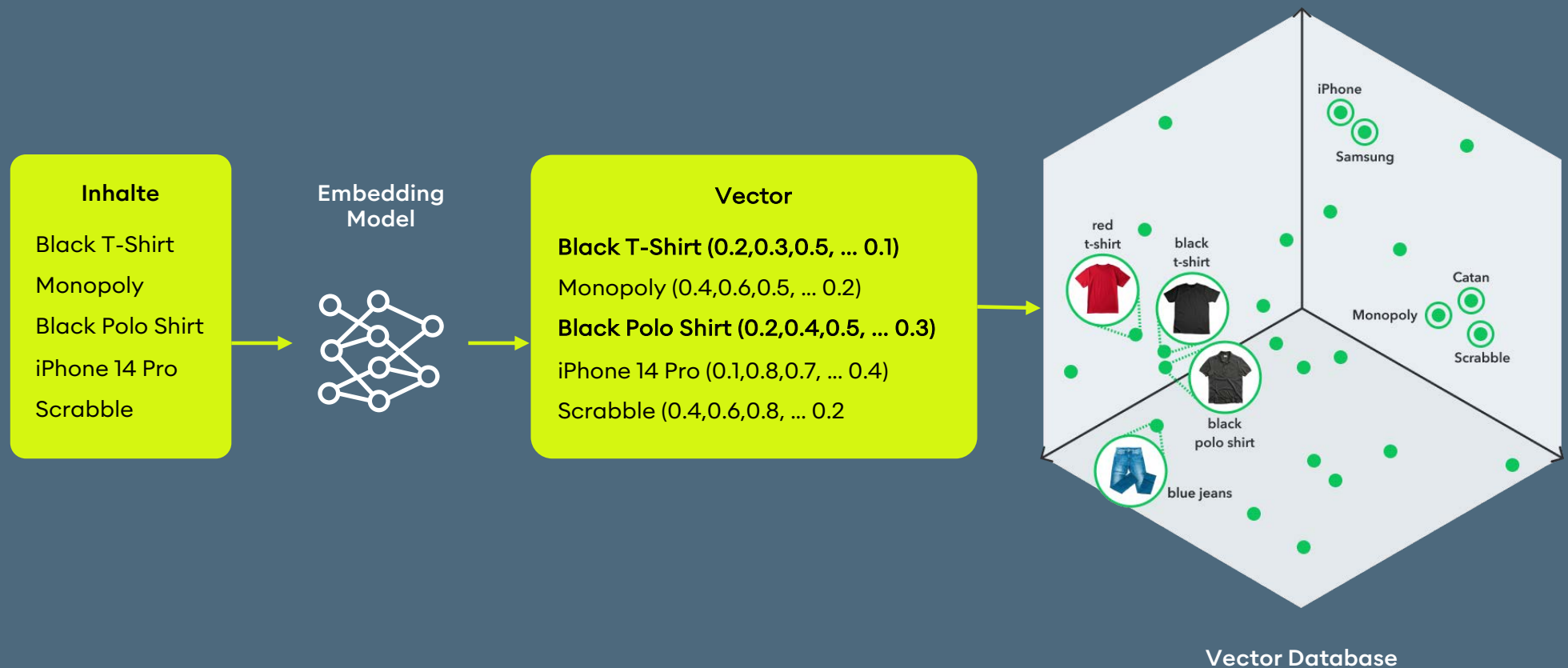
Nutzung von  
Knowledge Layer

Häufig als  
Weiterentwicklung  
von Headless CMS  
beschrieben

# Tech Focus 1: Structured Content



# Tech Focus 2: Vector Database



# Schnittstelle für Mensch und Agent



## User Experience

Für Menschen erstellen wir Content in den bekannten Kanälen und mit der gewünschten Experience.

## Agentic Experience

LLMs erhalten über Vektoren und Schema-Daten den perfekten Content und Kontext und verringern Halluzination.

Warum das wichtig ist.

**LLMs sind nur so schlau wie ihr Kontext.**

*„Ich muss mein Auto waschen.  
In 100 Metern ist eine Waschanlage.  
Soll ich fahren oder laufen?“*



ChatGPT 5.2

Ich muss mein Auto waschen. In 100m ist eine Waschanlage. Soll ich laufen oder fahren?

Kommt drauf an, wie du's machen willst 😊

- Wenn du nur schnell hin und zurück willst: Laufe dir das Ein- und Ausparken und es ist irgendwie schneller, als das Auto zu bewegen.
- Wenn du es dir bequem machen willst: Fahre zum Waschanlage. Dann bist du schneller und dein Auto ist sauberer.

Mein Default ist, wenn du es nicht sagst, dann fahre ich zum Waschanlage.

Mistral

Ich muss mein Auto waschen und die Autowaschanlage ist 100m entfernt. Sollte ich laufen oder fahren?

Gemini

Ich muss mein Auto waschen und die Autowaschanlage ist 100m entfernt. Sollte ich laufen oder fahren?

Show thinking

Du solltest definitiv **fahren**.

Wenn du läufst, kommst du zwar sauber an der Waschanlage an, aber dein Auto steht immer noch dreckig zu Hause! 😊

Claude

Ich muss mein Auto waschen und die Autowaschanlage ist 100m entfernt. Sollte ich laufen oder fahren?

Für 100m würde ich definitiv laufen, während du allein fürs Einsteigen, Parken wahrscheinlich ähnlich lange brauchst.

Außerdem:

- Du sparst Sprit und Verschleiß am Motor (Kurzstrecken sind besonders schlecht für den Motor)
- Ein bisschen Bewegung schadet nie
- Du musst dir keine Gedanken um einen Parkplatz machen

Die 100m zu laufen ist praktischer und sinnvoller.

Google

Ich muss mein Auto waschen und die Autowaschanlage ist 100m entfernt. Sollte ich laufen oder fahren?

100 Meter entfernt ist, stellt sich eine Frage: Soll ich laufen oder fahren? Wenn du es nicht sagst, dann fahre ich zum Waschanlage.

willst, musst du es wohl oder übel **fahren**. Eine kurze Fahrt zum Waschanlage zu besuchen, ist zwar ein exzellentes Fitnesstraining, das Ergebnis für deinen Wagen wird jedoch eher enttäuschend sein.

Falls du allerdings nur vorhattest, dir die Anlage vorher einmal anzusehen oder eine Waschkarte zu kaufen: **Lauf**. Bei 100 Metern wird der Motor nicht einmal ansatzweise warm, was auf Dauer eher schadet als nützt.





Was fragen Kunden nachts  
um 1 über Ihre Marke?

Wenn Sie schweigen, füllt KI  
die Lücken. **Gnadenlos.**



+ Stelle irgendeine Frage



Warum das wichtig ist.

## **Ich bin ein Bewerber...**

*„Ich brauche schnell aktuelle Themen für  
**UNTERNEHMEN X**. Was sind Projekte oder  
News aus den letzten 6 Monaten, die ich im  
Bewerbungsgespräch erwähnen kann?“*



Warum das wichtig ist.

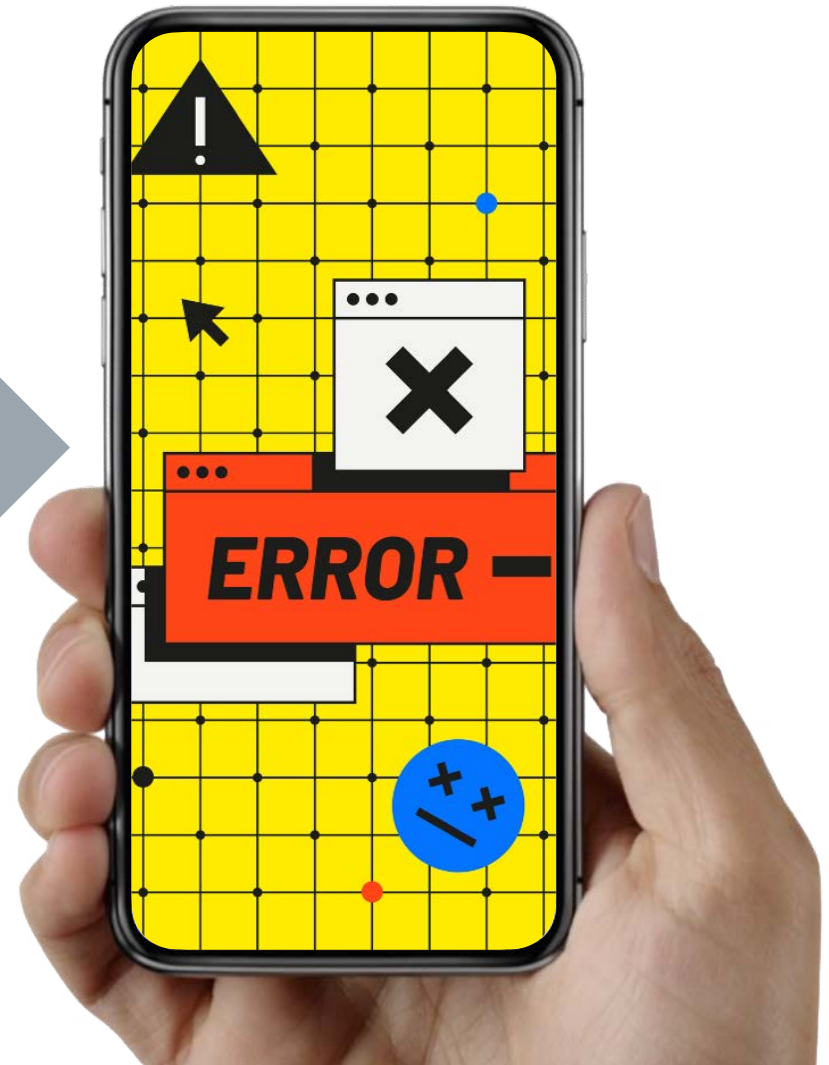
## **Ich bin ein Konsument...**

*„Hey, ich will mir morgen **PRODUKT Y** kaufen.  
Aber ehrlich: Was sind die drei häufigsten  
Beschwerden?“*



Wer im Chat fehlt,  
findet in der  
Unterhaltung  
nicht statt.

Algorithmische Reputation  
ist keine Kür. Sie entscheidet.



1

## DIGITALE PR

Andauernde Medienarbeit mit relevanten Quellen aus Branche und Alltag.

2

## COMMUNITIES

Community Management und aktives Engagement in Fachforen und auf Reddit.

3

## GROUNDING

Verlässliche Anlaufstelle im eigenen Ökosystem für LLMs – Grounding Pages.



# → PUBLISHING & MANAGEMENT

1

## **Reputation ist algorithmisch**

Wer schweigt, lässt die KI halluzinieren.

2

## **Content Management**

Daten-basierte Content-Optimierung und Variantenerstellung.

3

## **Redaktions-teams**

Setzen Regeln, kuratieren und pflegen die Content-Assets.





# **EXPERIENCE & PRODUCTION**



## Von der punktuellen Unterstützung ...



KI unterstützt punktuell etablierte Workflows in Produktion und Postproduktion – zur Erhöhung der Effizienz.

## ... zur vollumfassenden KI-Produktion.

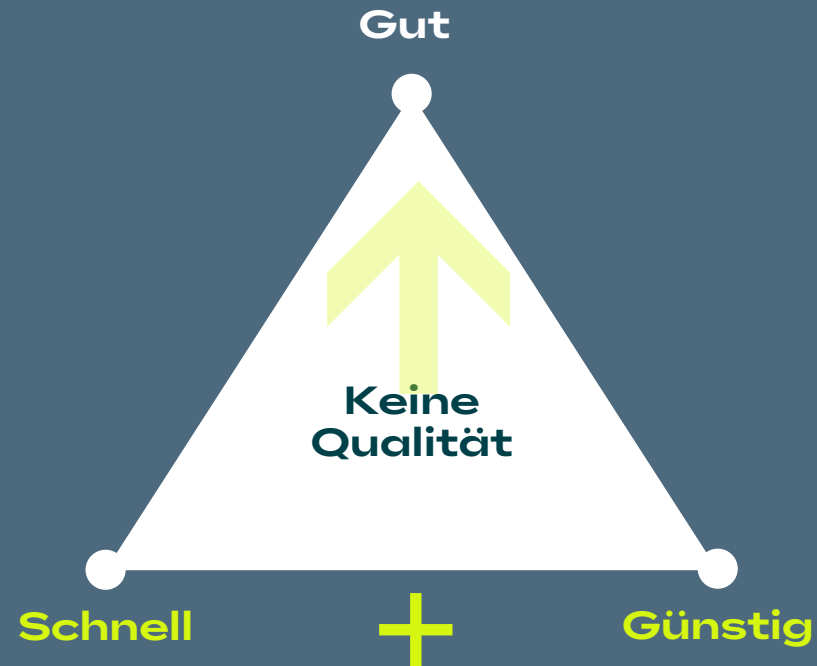


Vollständig KI-generierte Produktionen entstehen – vom Skript bis zur Besetzung – und KI ermöglicht hyperpersonalisierte Content-Erlebnisse.



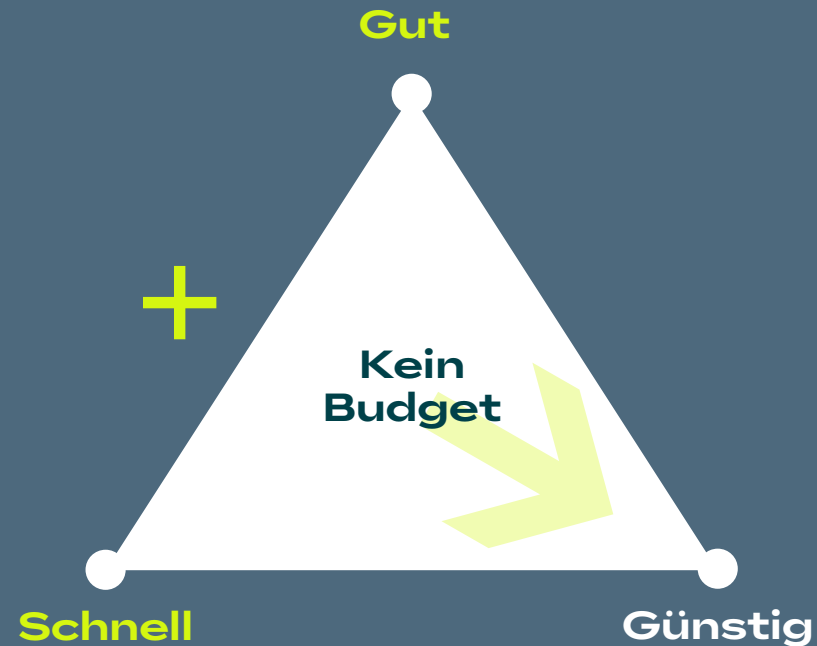
# The Iron Triangle – weitergedacht!

TRADITIONELLE  
PRODUKTION



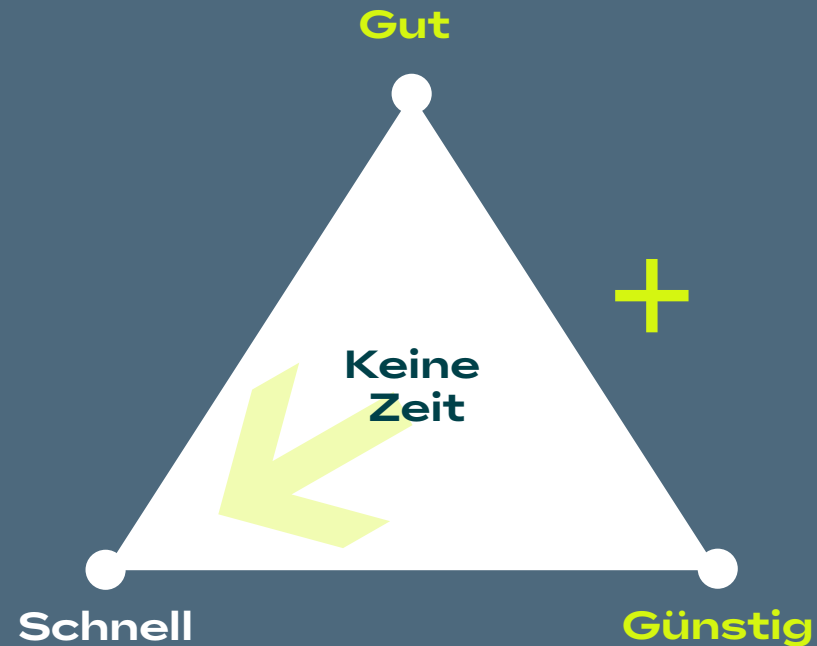
# The Iron Triangle – weitergedacht!

TRADITIONELLE  
PRODUKTION



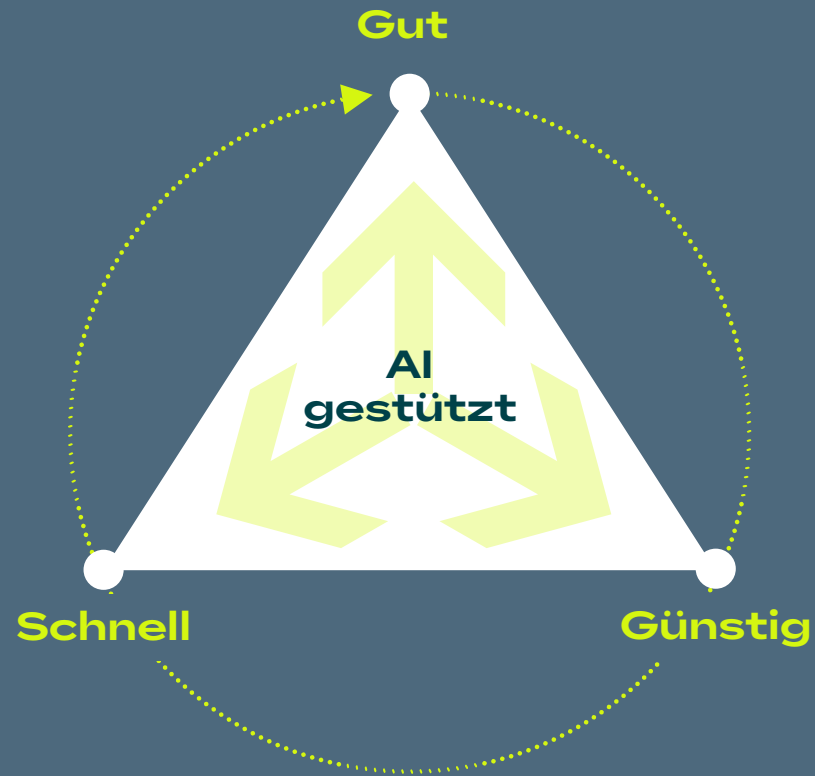
# The Iron Triangle – weitergedacht!

TRADITIONELLE  
PRODUKTION



# The Iron Triangle – weitergedacht!

KI-GESTÜTZTE  
PRODUKTION



Kostenkontrolle

+

Geschwindigkeit

=

Qualität



Content-Produktion im Mixed Mode.

# Das "wie" entscheidet.



Vier Bausteine für flexible, skalierbare Content-Produktion.

# Content-Produktion weitergedacht.



## Action Studio

**Hybrid produziert.  
Ganzheitlich gedacht.**

Nahtlose Verbindung von Shooting und generativer KI – für maximale kreative Freiheit bei voller Produktionskontrolle.

## Sound Studio

**Audio wird skalierbar, ohne an Persönlichkeit zu verlieren.**

KI-generierte Stimmen, Soundscapes und Dialoge – konsistent, mehrsprachig und kanalübergreifend einsetzbar.

## Image Studio

**Visuelle Vielfalt ohne Mehraufwand.**

KI-basierte Visuals für Kampagnen, Formate und Touchpoints – variantenreich, markenkonform und in Echtzeit produzierbar.

## Copy & Text Studio

**Texte, die Zielgruppen wirklich treffen.**

Texte, die Tonalität, Zielgruppe und Kanal verstehen – von Headlines bis Long Copy, skalierbar und personalisiert.



**3D-Assets als  
Grundlage für  
konsistente, KI-  
generierte globale  
Kampagnen.**





**3D OOH - NY Times Square**

**3D OOH Milano Cairoli**



**Special Digital OOH**



**Digital Bus Shelters**



**Iconic OOH**



**360 communication plan**



**New brand payoff**



**Social Content**

**Fehlt da  
nicht etwas?**





Die glaubwürdigste Schnittstelle zwischen Marke und Mensch.

# **Digital Humans. Wenn KI auf Persönlichkeit trifft.**



Vier Bausteine für glaubwürdige digitale Persönlichkeiten

# Virtual Humans



## Casting Studio

**Glaubwürdige digitale Charaktere statt gesichtsloser Avatare.**

Virtuelle Protagonisten, die auftreten, sprechen und reagieren – konsistent, skalierbar, markenkonform.

## Virtual Fashion Studio

**Look & Feel – vollständig KI-getrieben, vollständig markenkonform.**

Von Casting bis Editorial: Mode als Ausdruck digitaler Identitäten – über alle Formate hinweg.

## Digital Twin Studio

**Menschen bleiben Menschen – nur skalierbarer.**

Models, Creators oder Markenbotschafter als KI-Zwillinge – kontrolliert, wiedererkennbar und kanalübergreifend einsetzbar.

## Advanced Voice Studio

**Eine Stimme. Viele Sprachen. Eine Persönlichkeit.**

Authentische, mehrsprachige Stimmen für Podcasts, Videos und Serien – konsistent, skalierbar und jederzeit verfügbar.





**Verschiedenste  
Komponenten.  
Eine Lösung.**



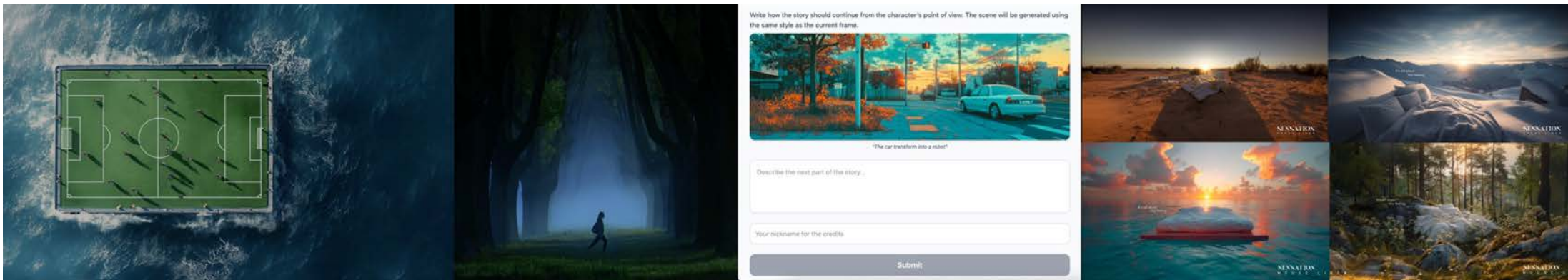
Warum Orchestrierung der entscheidende Hebel ist.

# System schlägt Tool.



Vier Bausteine für skalierbare, adaptive Content-Systeme

# Holistisch orchestriert



## AI Content Ops Studio

### Vom Workflow zum Betriebssystem.

End-to-End-Orchestrierung KI-basierter Workflows – von Planung über Produktion bis zur Aktivierung.

## Story Engine Studio

### Serielle Narrative statt Einzelstücke.

Personalisierte, episodische Video-Narrative - dynamisch generiert und formatübergreifend fortgeführt.

## Dynamic Narrative Studio

### Content, der mitdenkt.

Adaptive Storylines, die sich live an Verhalten, Kontext und Feedback der Nutzer anpassen.

## Personalization Studio

### Relevanz statt Reichweite.

Daten- und kontextbasierte Content-Personalisierung – zielgruppengenau, situationsabhängig und skalierbar.



**Einzigartige  
visuelle Stile und  
proprietäre KI-  
Bildwelten –  
zur Differenzierung  
und konsistenten  
Markenführung.**





# Gestern

Fragmentierte  
Markenkommunikation.

Abhängigkeit von  
Rechten und Shootings.

# Heute

Systemische Markenführung.

Eigentum statt Lizenz.

Kontrolle statt Abhängigkeit.



# → EXPERIENCE & PRODUKTION

1

## **KI: Grauzonen statt Dogmen**

Nicht ob KI punktuell unterstützt oder voll produziert, ist entscheidend – sondern welchen konkreten Mehrwert sie schafft.

2

## **Digital Humans: Gesichter der KI**

Menschen reagieren auf Inhalte, die menschlich wirken. Digital Humans sind Models on Steroids – immer on, immer konsistent, immer skalierbar.

3

## **One Content: Millionen Varianten. In Echtzeit.**

End-to-End-Content war die Vision. Konsistenz und Personalisierung sind jetzt Realität.



**HUMAN-FIRST**



**BLEIBT DAS ZIEL**





**Vanessa Neumann**

Account Director Triplesense Reply



**Dr. Oliver Bohl**

Partner Reply AI Studios



**Hagen Seidel**

Partner Triplesense Reply



THANK  
YOU!

