



# Zukunft des Marketings

Generative KI – was ist heute schon möglich?





# Hey, ich bin Jens

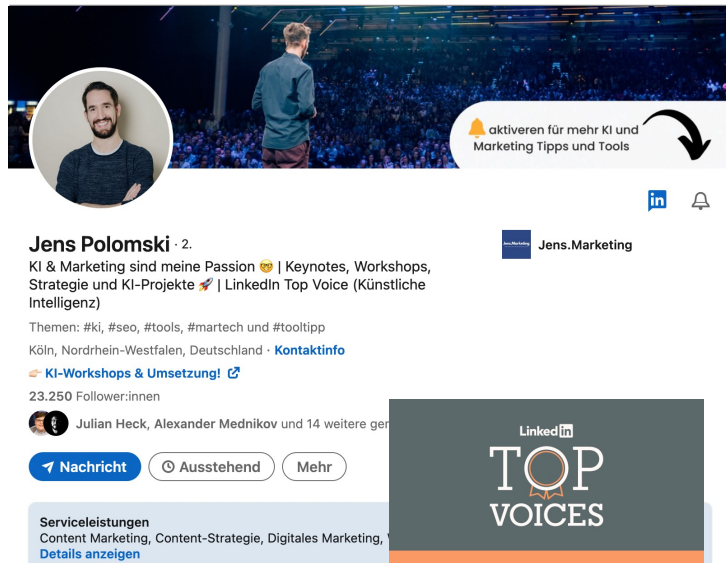
Meine Passion sind Online-Marketing und KI



## KI Vorträge, Workshops & Beratung



# Noch mehr Content von mir ...



## LinkedIn

Regelmäßige Updates für 32.000 Follower

## Dein KI-Update Newsletter 🤖

### News und Tools aus der Welt der künstlichen Intelligenz

- ✓ 100 % kostenlos
- ✓ Die wichtigsten KI-News
- ✓ Neue KI-Tools und Anwendungsfälle vorgestellt
- ✓ Betrachtung der KI auf die Gesellschaft

## KI Newsletter

Erreicht über 25.000 Postfächer

## "Leistung in der Google Suche"-Ergebnisse

Suchtyp: Web

Datum: Letzte 3 Monate

+ Neu

Klicks insgesamt

121.104

Impressionen ins...

2,68 Mio.

Durchschnitt

4,5 %

Klicks  
2.250

## KI & Marketing Magazin

Blog Beiträge, Tool Reviews und mehr







# Kletterausrüstung, aber Nachhaltig

So baue ich eine neue Marke mit generativer KI





“

***Ich gebe euch Ideen***

*Damit ihr bewerten und adaptieren könnt*

”

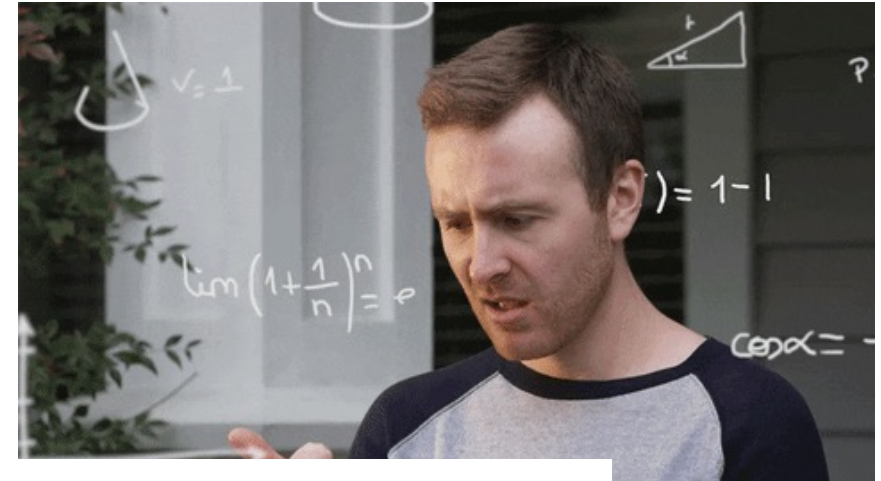
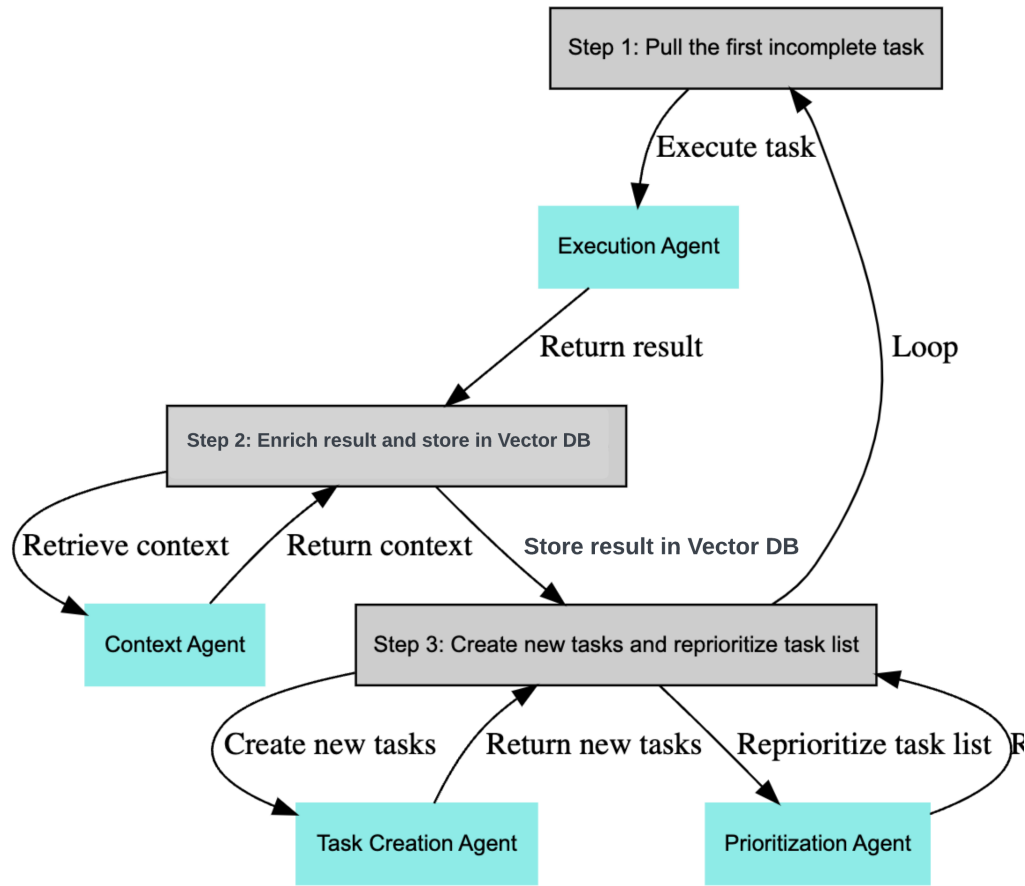




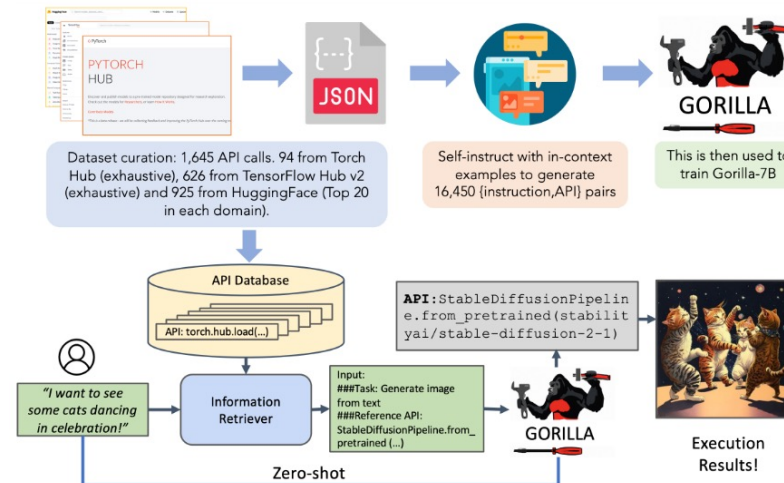
# #1 – Marktresearch mit KI



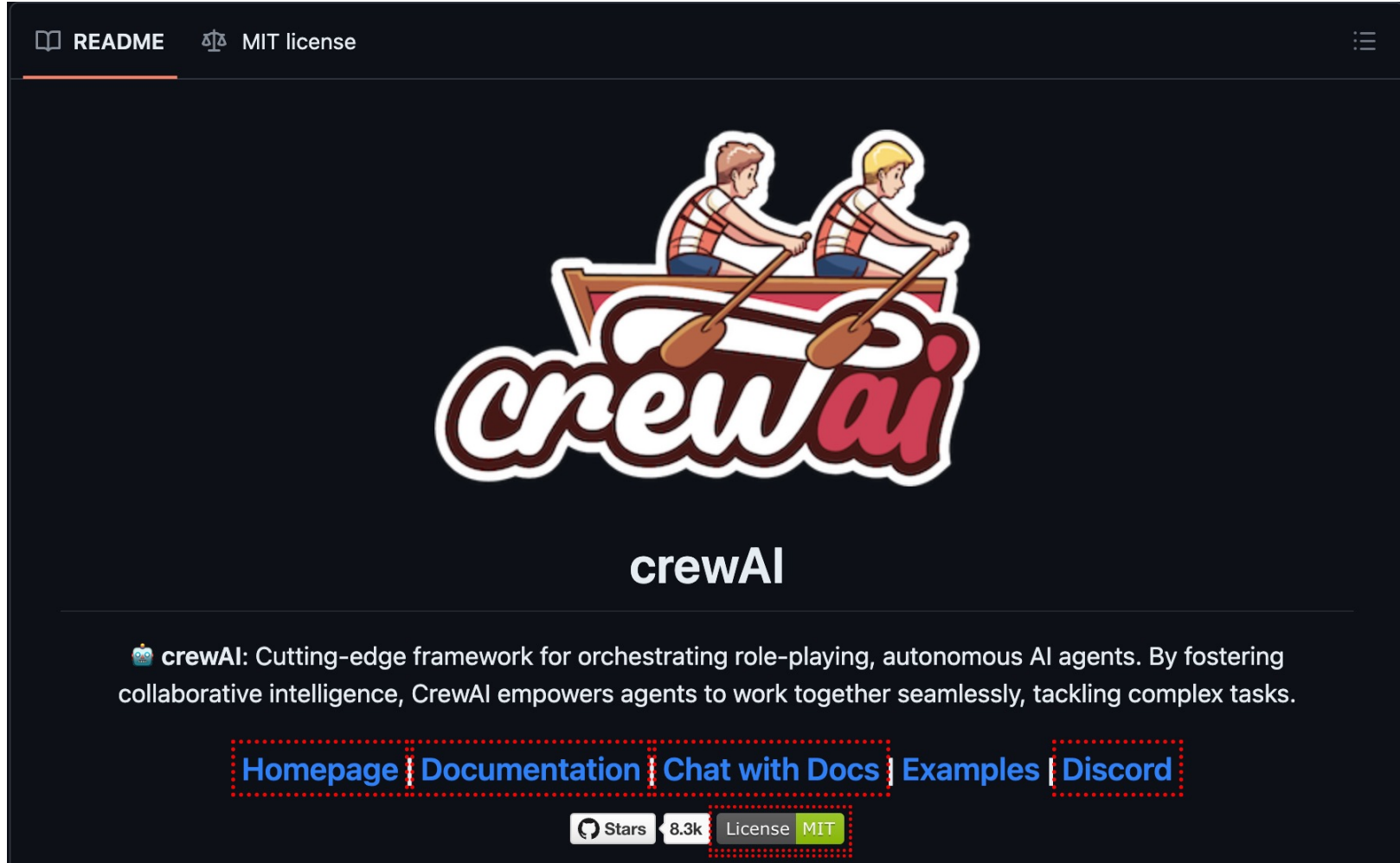
# Autonome Agenten - Unsere KI-Crew




An API Appstore for LLMs



# Autonome Agenten - Unsere KI-Crew



📖 README MIT license



## crewAI

🤖 crewAI: Cutting-edge framework for orchestrating role-playing, autonomous AI agents. By fostering collaborative intelligence, CrewAI empowers agents to work together seamlessly, tackling complex tasks.

[Homepage](#) | [Documentation](#) | [Chat with Docs](#) | [Examples](#) | [Discord](#)

Stars 8.3k License MIT



# CrewAI nutzen (etwas nerdig)

```
1 Agent: Unternehmensforscher
2 company_researcher = Agent(
3     role='Unternehmensforscher',
4     goal='Nutze deine Werkzeuge, definiere Suchanfragen, forsche nach jeder Nachhaltigkeitsaktion, Zielsetzung, Kampagne einer definierten Branche.',
5     backstory='Ein Forschungsexperte in Nachhaltigkeit und Umweltforschung, mit einem tiefen Verständnis dafür, wie globale Nachhaltigkeitstrends verschiedene Sektoren beeinflussen.',
6     tools=[SearchTools.search_internet],
7     verbose=True
8 )
9
10 Agent: Nachhaltigkeitsforscher
11 sustainability_researcher = Agent(
12     role='Nachhaltigkeitsforscher',
13     goal='Nutze deine Werkzeuge, definiere Suchanfragen und durchsuche das Web nach umfassenden Informationen über Nachhaltigkeitstrends und Best Practices, die speziell für deine Branche relevant sind.',
14     backstory='Ein Forschungsexperte in Nachhaltigkeit und Umweltforschung, mit einem tiefen Verständnis dafür, wie globale Nachhaltigkeitstrends die Welt und die Gesellschaft beeinflussen.',
15     tools=[SearchTools.search_internet],
16     verbose=True
17 )
18
19 Agent: Ideengenerator
20 idea_generator = Agent(
21     role='Ideengenerator',
22     goal='Entwickle kreative Kampagnenideen, die das Engagement der Kampagne für Nachhaltigkeit und Innovation effektiv kommunizieren.',
23     backstory='Ein kreativer Profi mit einem Talent für das Generieren innovativer und wirkungsvoller Marketingkampagnenideen, insbesondere zu Nachhaltigkeitsthemen.',
24     verbose=True
25 )
26
27 Agent: Feedbackgeber
28 feedback_provider = Agent(
29     role='Feedbackgeber',
30     goal='Biete konstruktives Feedback zu vorgeschlagenen Kampagnenideen, um sicherzustellen, dass sie wirkungsvoll sind und mit den Werten der Zielgruppe übereinstimmen.',
31     backstory='Ein erfahrener Vermarkter mit einem kritischen Blick für die Bewertung von Kampagnenideen, um sicherzustellen, dass sie den Standards der Marke und den Erwartungen der Zielgruppe entsprechen.',
32     verbose=True
33 )
34
35 Agent: Kritischer Analyst
36 critical_analyst = Agent(
37     role='Kritischer Analyst',
38     goal='Biete eine kritische Analyse der Kampagnenideen und des Feedbacks, identifiziere Schwächen und Verbesserungspotential.',
39     backstory='Ein detailorientierter Analyst, der sich darin auszeichnet, Schwächen in Marketingstrategien zu identifizieren und Verbesserungsvorschläge zu machen.',
40     verbose=True
41 )
42
43 Agent: Designer
44 designer = Agent(
45     role='Designer',
46     goal='Entwickle visuell ansprechende Kampagnenmaterialien basierend auf den genehmigten Ideen und dem Feedback.',
47     backstory='Ein kreativer Designer mit einem Auge für ästhetische Details und die Fähigkeit, komplexe Konzepte in visuell ansprechende Materialien zu übersetzen.',
48     verbose=True
49 )
```

```
-----
Title: Über uns – Plattform Agenda 2030.....
Link: https://www.plattformagenda2030.ch/ueber-uns/
Snippet: Unser Verein Plattform Agenda 2030 ist ein Netzwerk von rund 50 Vereinen, Verbänden und Organisationen, die sich für die Umsetzung der Agenda 2030 einsetzen.

-----

Thought:
Die Suchergebnisse zeigen, dass die Schweiz eine "Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030" hat.

Action:
Search internet

Action Input:
{"query": "Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030 Schweiz"}

Search_result: Title: Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030.....
Link: https://www.are.admin.ch/are/de/home/nachhaltige-entwicklung/strategie/sne.html
Snippet: In seiner Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030 (SNE 2030) legt der Bundesrat die Leitlinien seiner Nachhaltigkeitspolitik fest.

-----

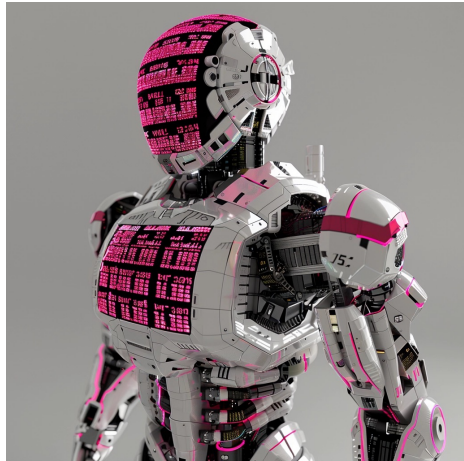
Title: Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030.....
Link: https://www.are.admin.ch/agenda2030/de/home/strategie/strategie-nachhaltige-entwicklung/sne.html
Snippet: In seiner Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030 (SNE 2030) legt der Bundesrat die Leitlinien seiner Nachhaltigkeitspolitik fest.

-----

Title: Strategie der Schweiz – Regiosuisse.....
Link: https://www.regiosuisse.ch/nachhaltigkeitsstrategie-der-schweiz
Snippet: Die Strategie der Schweiz – Regiosuisse ist ein Dokument, das die strategischen Ziele und Maßnahmen für die nachhaltige Entwicklung der Schweiz darstellt.
```



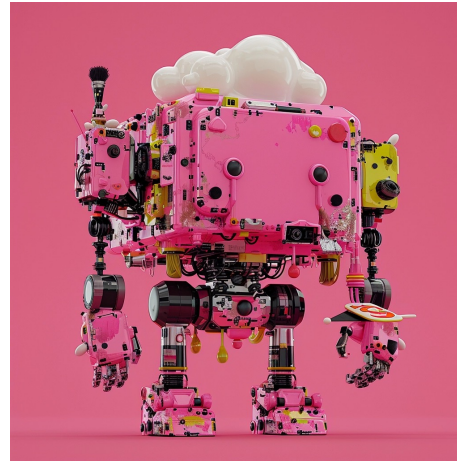
# CrewAI nutzen (etwas nerdig)



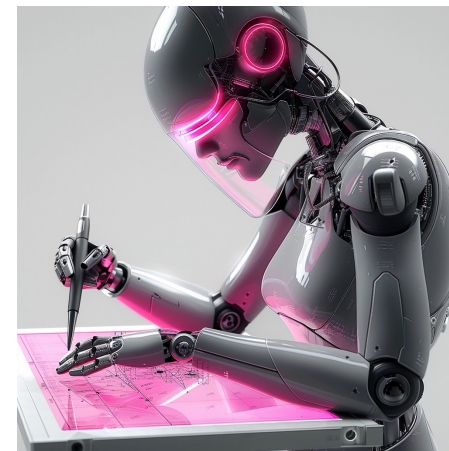
**Researcher**



**Nachhaltigkeits  
Experte**



**Marken  
Analyst**



**Feedback  
Agent**

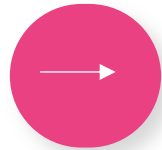
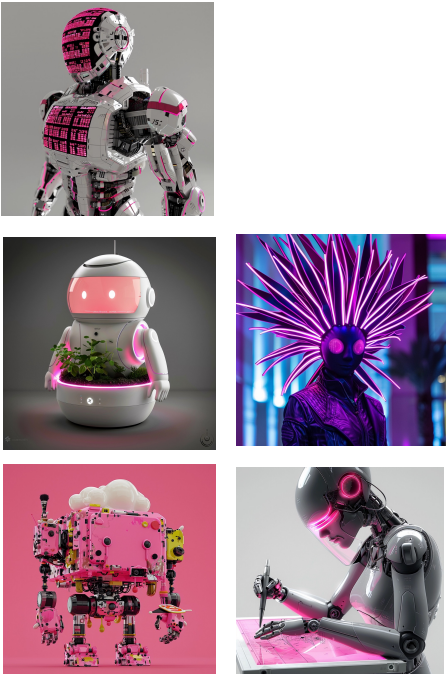


**Designer**



# CrewAI nutzen (etwas nerdig)

## Unsere Crew ist bereit



## Die Aufgaben

Allgemeine Research

Nachhaltigkeit Trends

Ideen erzeugen

Feedback geben

Inhalte kritisieren

Report designen  
(html)

# CrewAI nutzen (etwas nerdig)

- 1. ROTAUF:**
  - Stärken: Starke Position in Bezug auf Nachhaltigkeit und regionale Produktion.
  - Schwächen: Könnte seine internationale Bekanntheit verbessern.
  - Verbesserungen: Die Marke könnte eine emotionale Verbindung zu ihren Kunden herstellen, indem sie mehr Emotionalität in ihre Kampagnen einbringt.
- 2. Mammut:**
  - Stärken: Produziert qualitativ hochwertige Kletterausrüstung.
  - Schwächen: Sollte seine Bemühungen in Bezug auf Nachhaltigkeit stärker kommunizieren.
  - Verbesserungen: Die Marke könnte die Wahrnehmung ihrer Marketingmaßnahmen verbessern, indem sie weniger kommerzielle und mehr nachhaltigkeitsorientierte Kampagnen durchführt.
- 3. Fjällräven:**
  - Stärken: Legt großen Wert auf Nachhaltigkeit und ist bekannt für ihre nachhaltigen Qualitätsprodukte für Outdoor und Wandern.
  - Schwächen: Muss klarer kommunizieren, wie sie sich in der Kletterausrüstung positionieren.
  - Verbesserungen: Die Marke könnte ihre Preise überdenken oder zumindest eine klare Rechtfertigung für die hohen Preise liefern.
- 4. Icebreaker:**
  - Stärken: Legt großen Wert auf Transparenz und Verantwortung in Bezug auf Nachhaltigkeit.
  - Schwächen: Muss klarer kommunizieren, wie sie sich in der Kletterausrüstung positionieren.
  - Verbesserungen: Die Marke könnte ihre Nachhaltigkeitsbemühungen stärker in den Vordergrund ihrer Kampagnen rücken.
- 5. Vaude:**
  - Stärken: Bekannt als ein öko-fairer Hersteller in der Outdoorbranche.
  - Schwächen: Sollte spezifischere Informationen über seine Produktangebote bereitstellen.
  - Verbesserungen: Die Marke könnte das Design einiger Produkte verbessern, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.
- 6. Patagonia:**
  - Stärken: Bekannt für ihre nachhaltige Kleidung und ihren Einsatz für den Umweltschutz.
  - Schwächen: Sollte mehr Informationen über seine Kletterausrüstung bereitstellen.
  - Verbesserungen: Die Marke könnte ihre Preisgestaltung überdenken oder eine klare Rechtfertigung für ihre Preise liefern und ihre Produktionsbedingungen verbessern.

Diese Verbesserungen könnten dazu beitragen, die Positionierung jeder Marke zu stärken und ihre Kampagnen effektiver zu gestalten.



# Einfacher: mit Perplexity.ai

## Where knowledge begins

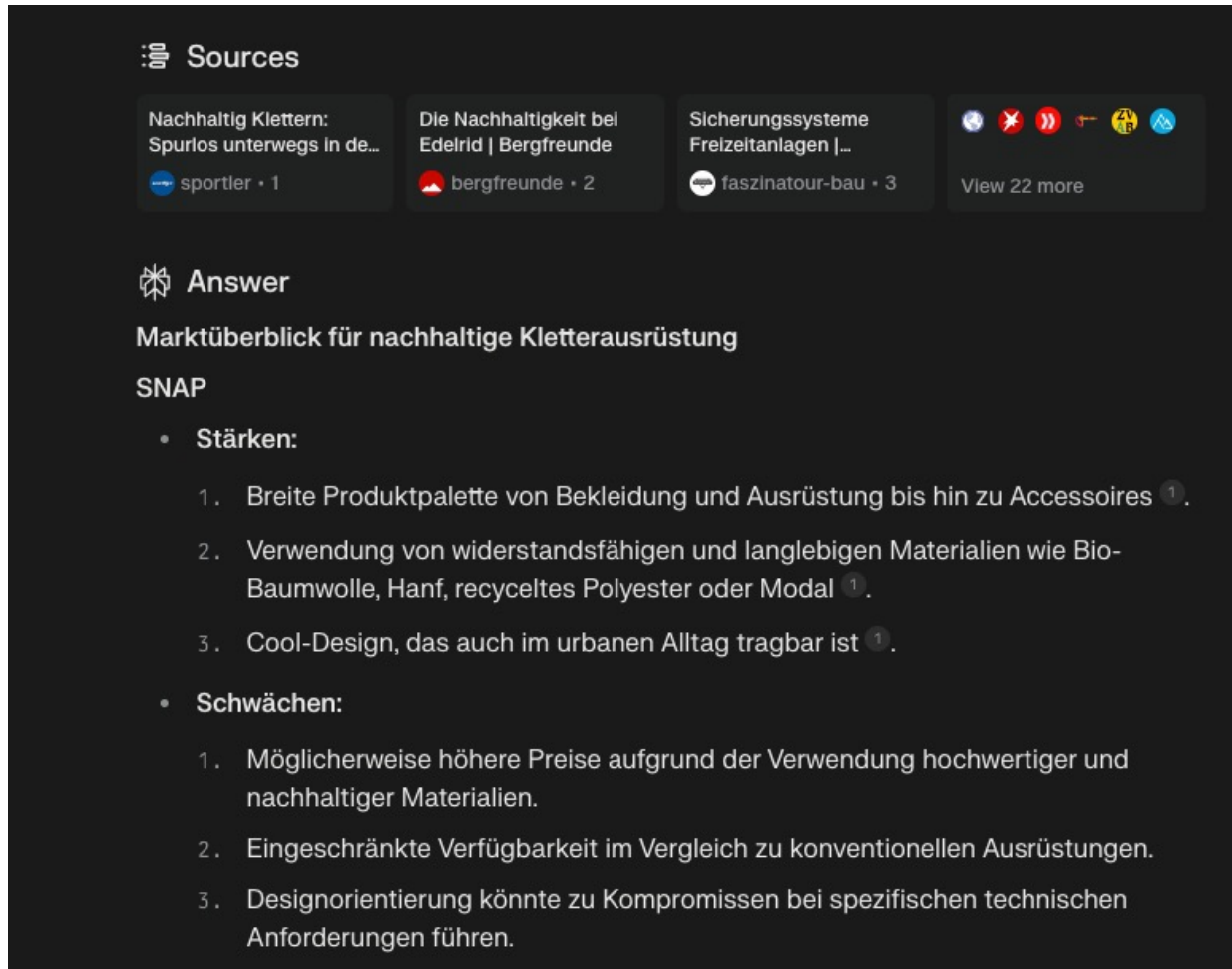
Marktüberblick für nachhaltige Kletterausrüstung mit allen relevanten Anbietern und Positionierungen. Liste 5 Anbieter auf und nenne jeweils 3 Stärken und 3 Schwächen

☰ Focus ⊕ Attach

Pro



# Research mit Perplexity.ai



**Sources**

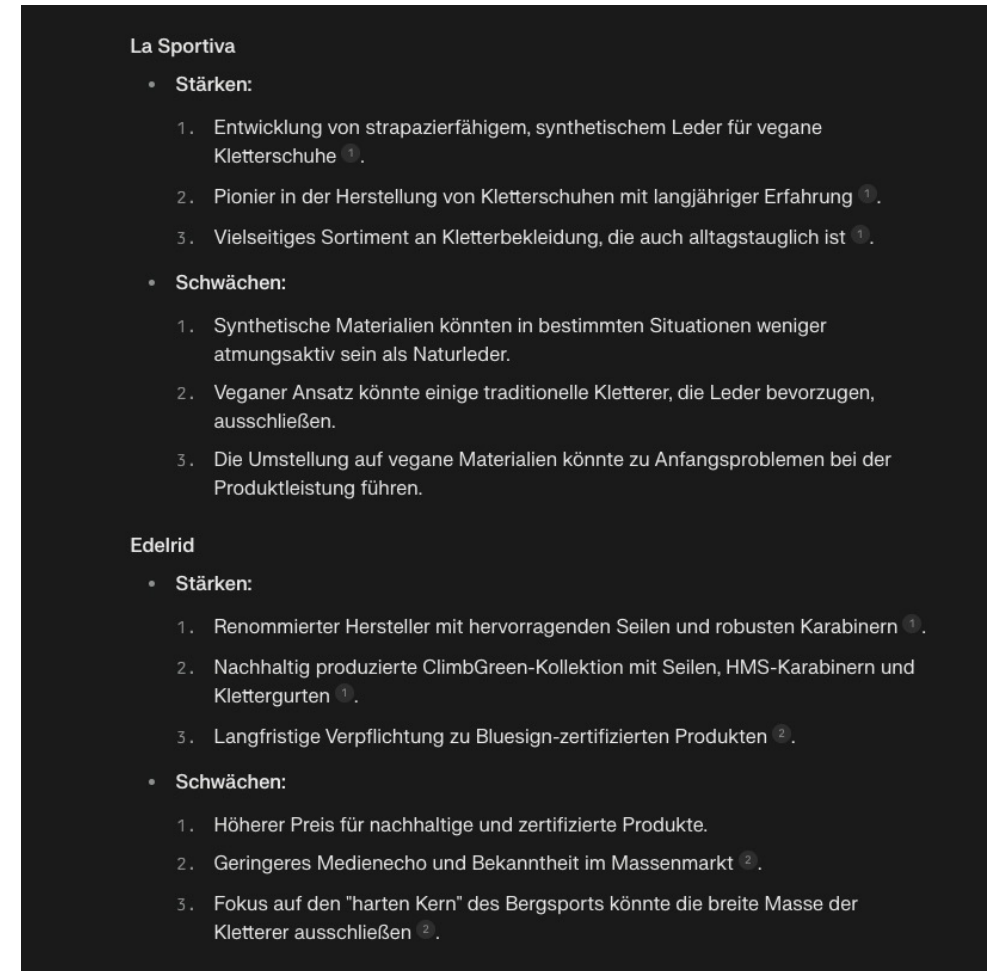
- Nachhaltig Klettern: Spurlos unterwegs In de... sportler • 1
- Die Nachhaltigkeit bei Edelrid | Bergfreunde bergfreunde • 2
- Sicherungssysteme Freizeitanlagen |... faszinatour-bau • 3

**Answer**

## Marktüberblick für nachhaltige Kletterausrüstung

### SNAP

- Stärken:**
  - Breite Produktpalette von Bekleidung und Ausrüstung bis hin zu Accessoires <sup>1</sup>.
  - Verwendung von widerstandsfähigen und langlebigen Materialien wie Bio-Baumwolle, Hanf, recyceltes Polyester oder Modal <sup>1</sup>.
  - Cool-Design, das auch im urbanen Alltag tragbar ist <sup>1</sup>.
- Schwächen:**
  - Möglicherweise höhere Preise aufgrund der Verwendung hochwertiger und nachhaltiger Materialien.
  - Eingeschränkte Verfügbarkeit im Vergleich zu konventionellen Ausrüstungen.
  - Designorientierung könnte zu Kompromissen bei spezifischen technischen Anforderungen führen.



## La Sportiva

- Stärken:**
  - Entwicklung von strapazierfähigem, synthetischem Leder für vegane Kletterschuhe <sup>1</sup>.
  - Pionier in der Herstellung von Kletterschuhen mit langjähriger Erfahrung <sup>1</sup>.
  - Vielseitiges Sortiment an Kletterbekleidung, die auch alltagstauglich ist <sup>1</sup>.
- Schwächen:**
  - Synthetische Materialien könnten in bestimmten Situationen weniger atmungsaktiv sein als Naturleder.
  - Veganer Ansatz könnte einige traditionelle Kletterer, die Leder bevorzugen, ausschließen.
  - Die Umstellung auf vegane Materialien könnte zu Anfangsproblemen bei der Produktleistung führen.

## Edelrid

- Stärken:**
  - Renommierter Hersteller mit hervorragenden Seilen und robusten Karabinern <sup>1</sup>.
  - Nachhaltig produzierte ClimbGreen-Kollektion mit Seilen, HMS-Karabinern und Klettergurten <sup>1</sup>.
  - Langfristige Verpflichtung zu Bluesign-zertifizierten Produkten <sup>2</sup>.
- Schwächen:**
  - Höherer Preis für nachhaltige und zertifizierte Produkte.
  - Geringeres Medienecho und Bekanntheit im Massenmarkt <sup>2</sup>.
  - Fokus auf den "harten Kern" des Bergsports könnte die breite Masse der Kletterer ausschließen <sup>2</sup>.





**Eine Marke muss her**

# Feedback, aber bitte visueller

The screenshot shows a Miro team meeting board titled "Ways to improve performance". The board is organized into several columns of sticky notes, each representing a different area of focus. The notes are color-coded: yellow, orange, green, purple, blue, and pink. Each note contains a specific observation or suggestion, often accompanied by a small icon or a participant's avatar. The board is annotated with callouts from participants: Bea (blue), Mae (green), Hisham (purple), Anna (blue), Matt (yellow), and Sadie (blue). The Miro interface includes a top navigation bar with "Team meeting", search, and share options, and a left sidebar with various tool icons. The bottom right corner shows a zoom level of 100%.

**Ways to improve performance**

**Yellow sticky notes:**

- We need to optimize delivery pipeline
- Some teams need to be more transparent
- Support team needs more people
- Helping processes has slow down in hypergrowth
- Design team: timelines are vague

**Orange sticky notes:**

- Break up projects into manageable chunks
- Last quarter was the best in terms of results
- We should rethink our marketing strategy

**Green sticky notes:**

- Hard to track performance
- To increase revenue we have to review legacy processes
- Some dropped significantly last quarter. We need better monitoring

**Purple sticky notes:**

- Other teams are not transparent at all
- I don't understand what's expected from me
- Prague office is disconnected from the rest

**Blue sticky notes:**

- We need better KPIs
- More clarity on what we need to achieve

**Pink sticky notes:**

- Enter stakeholder management
- Have more informal team activities
- Change our planning and grooming session
- Focus on impact

**Callouts:**

- Bea (blue)
- Mae (green)
- Hisham (purple)
- Anna (blue)
- Matt (yellow)
- Sadie (blue)



# Zweite Meinung mit Miro AI



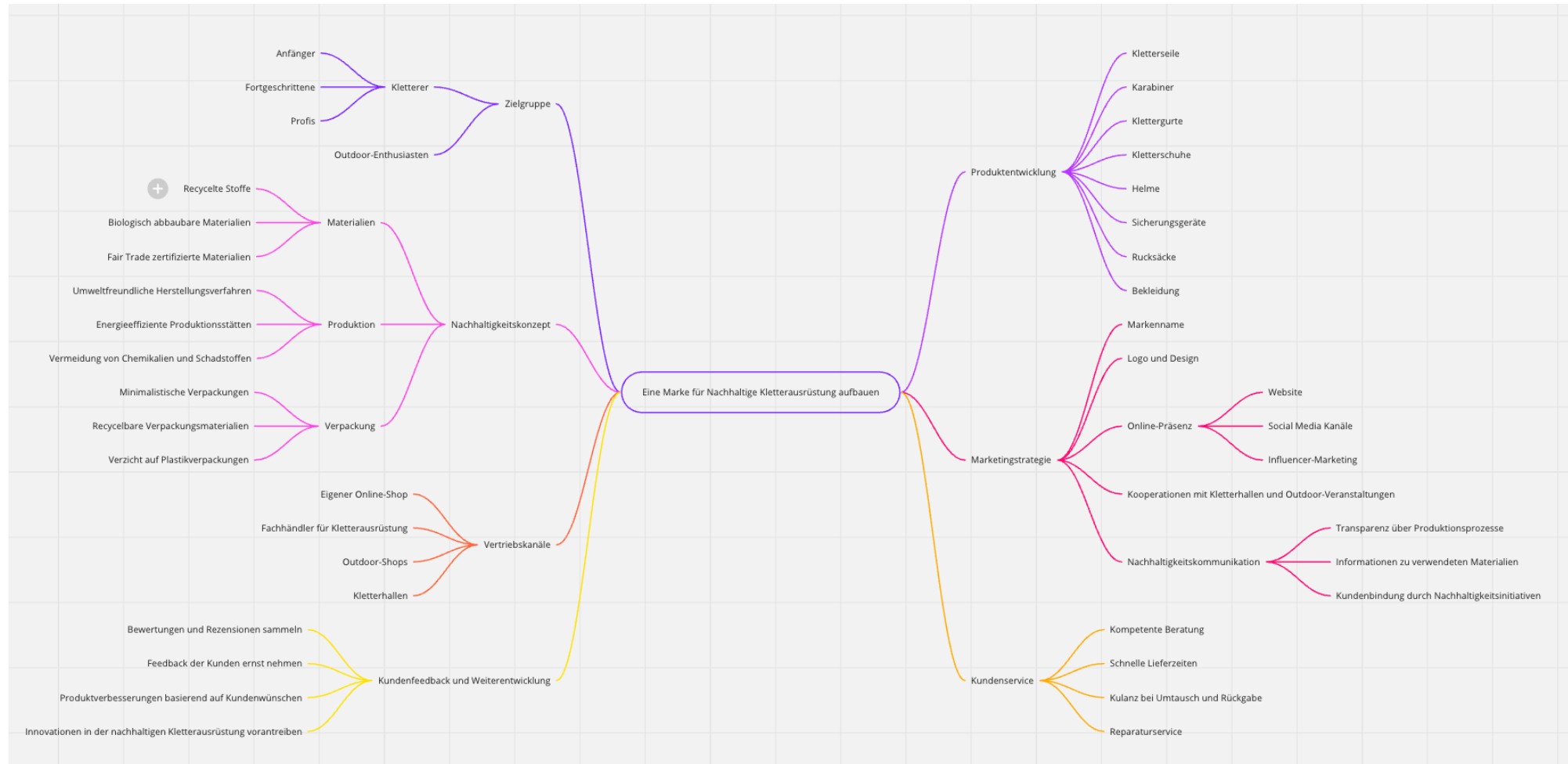
← Generate mind map

Eine Marke für Nachhaltige Kletterausrüstung aufbauen|

✦ Ask Miro Assist: "Eine Marke für Nachhaltige Kletterausrüstung auf..."

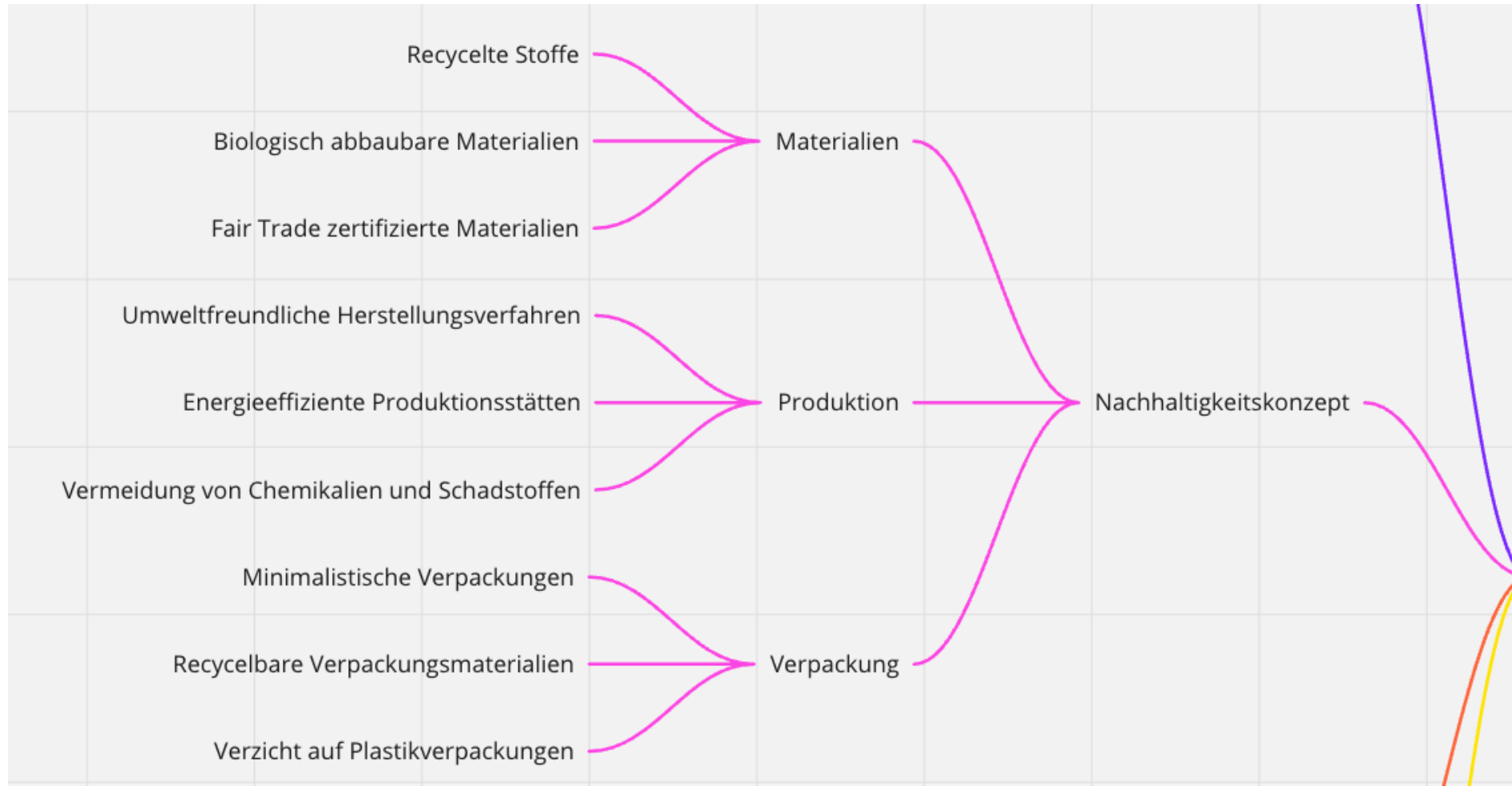
Learn more about [Miro Assist](#) and our [Privacy Policy](#).  
We also encourage you to [give feedback](#)

# Zweite Meinung mit Miro AI





# Zweite Meinung einholen



# ChatGPT – was sind die nächsten Schritte?

The screenshot shows a ChatGPT interface with a search bar and several search results. The main answer is titled "Marktüberblick für nachhaltige Kletterausrüstung" and lists strengths and weaknesses for brands like SNAP, RÖTAUF, Mammut, Fjällräven, Icebre, Vaude, and Patagonia.

**Sources**

- Nachhaltig Klettern: Spurlös unterwegs in de... sportler • 1
- Die Nachhaltigkeit bei Edelrid | Bergfreunde bergfreunde • 2
- Sicherungssysteme Freizeitanlagen |... faszinatour-bau • 3
- View 22 more

**Answer**

Marktüberblick für nachhaltige Kletterausrüstung

SNAP

- Stärken:**
  - Breite Produktpalette von Bekleidung und Ausrüstung bis hin zu Accessoires.
  - Verwendung von widerstandsfähigen und langlebigen Materialien wie Bio-Baumwolle, Hanf, recyceltes Polyester oder Modal.
  - Cool-Design, das auch im urbanen Alltag tragbar ist.
- Schwächen:**
  - Möglicherweise höhere Preise aufgrund der Verwendung hochwertiger und nachhaltiger Materialien.
  - Eingeschränkte Verfügbarkeit im Vergleich zu konventionellen Ausrüstungen.
  - Designorientierung könnte zu Kompromissen bei spezifischen technischen Anforderungen führen.

**1. RÖTAUF**

- Stärken: Bekannt für ihre nachhaltige Kleidung und ihren Einsatz für den Umweltschutz.
- Schwächen: Muss klarer kommunizieren, wie sie sich in der Kletterausrüstung positionieren.
- Verbesserungen: Die Marke könnte ihre Nachhaltigkeitsbemühungen stärker in den Vordergrund ihrer Kampagnen rücken.

**2. Mammut**

- Stärken: Bekannt für ihre nachhaltige Kleidung und ihren Einsatz für den Umweltschutz.
- Schwächen: Sollte spezifischere Informationen über seine Produktangebote bereitstellen.
- Verbesserungen: Die Marke könnte das Design einiger Produkte verbessern, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

**3. Fjällräven**

- Stärken: Bekannt für ihre nachhaltige Kleidung und ihren Einsatz für den Umweltschutz.
- Schwächen: Sollte mehr Informationen über seine Kletterausrüstung bereitstellen.
- Verbesserungen: Die Marke könnte ihre Preisgestaltung überdenken oder eine klare Rechtfertigung für ihre Preise liefern und ihre Produktionsbedingungen verbessern.

**4. Icebre**

- Stärken: Bekannt für ihre nachhaltige Kleidung und ihren Einsatz für den Umweltschutz.
- Schwächen: Sollte spezifischere Informationen über seine Produktangebote bereitstellen.
- Verbesserungen: Die Marke könnte das Design einiger Produkte verbessern, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

**5. Vaude**

- Stärken: Bekannt als ein öko-fairer Hersteller in der Outdoorbranche.
- Schwächen: Sollte spezifischere Informationen über seine Produktangebote bereitstellen.
- Verbesserungen: Die Marke könnte das Design einiger Produkte verbessern, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

**6. Patagonia**

- Stärken: Bekannt für ihre nachhaltige Kleidung und ihren Einsatz für den Umweltschutz.
- Schwächen: Sollte mehr Informationen über seine Kletterausrüstung bereitstellen.
- Verbesserungen: Die Marke könnte ihre Preisgestaltung überdenken oder eine klare Rechtfertigung für ihre Preise liefern und ihre Produktionsbedingungen verbessern.

Diese Verbesserungen könnten dazu beitragen, die Positionierung jeder Marke zu stärken und ihre Kampagnen effektiver zu gestalten.

## ChatGPT

Um eine erfolgreiche Marke im Bereich nachhaltige Kletterausrüstung aufzubauen, sollten die folgenden Schritte in einer klaren und strukturierten Weise angegangen werden:

### 1. Markenidentität definieren

- Zielsetzung und Werte:** Legen Sie die Kernwerte Ihrer Marke fest, die sich auf Nachhaltigkeit, Innovation, und Community-Engagement konzentrieren sollten.
- Zielgruppe:** Bestimmen Sie, wer Ihre Hauptzielgruppe ist. Berücksichtigen Sie Alter, Geschlecht, Erfahrungslevel im Klettern, sowie deren Werte und Bedürfnisse.
- Markenpersönlichkeit:** Entwickeln Sie eine Markenpersönlichkeit, die Ihre Werte und Ihre Zielgruppe anspricht, z.B. abenteuerlustig, verantwortungsbewusst und innovativ.

### 2. Produktentwicklung

- Nachhaltige Materialien:** Wählen Sie Materialien, die umweltfreundlich und langlebig sind. Achten Sie auf Zertifizierungen wie Bluesign oder GOTS.
- Produktdesign:** Entwickeln Sie Produkte, die sowohl funktional als auch ästhetisch ansprechend sind. Berücksichtigen Sie die spezifischen Bedürfnisse der Kletterer.
- Prototypen und Tests:** Erstellen Sie Prototypen Ihrer Produkte und führen Sie ausgiebige Tests durch, um die Qualität und Funktionalität sicherzustellen.

### 3. Nachhaltigkeit und Transparenz

- Produktionsprozess:** Implementieren Sie einen umweltfreundlichen Produktionsprozess. Kommunizieren Sie offen, wie und wo Ihre Produkte hergestellt werden.
- Lieferkette:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Lieferkette nachhaltig ist und arbeiten Sie mit Lieferanten zusammen, die Ihre Werte teilen.
- Kommunikation:** Nutzen Sie Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen als einen zentralen Bestandteil Ihrer Markenkommunikation.



# Wir brauchen einen Markennamen



## ChatGPT

Basierend auf den Marktforschungsdaten und dem Fokus auf Nachhaltigkeit, Innovation und Community-Engagement im Bereich Kletterausrüstung, hier zehn kreative und einprägsame Markennamen, die diese Werte widerspiegeln:

1. **EcoClimbGear:** Dieser Name verbindet direkt die Kernelemente von Ökologie und Klettern und spricht Kunden an, die Wert auf Umweltschutz legen.
2. **GreenGrip:** Ein Name, der sowohl auf die Nachhaltigkeit (Green) als auch auf die essentielle Funktion der Ausrüstung (Grip) hinweist, ideal für Kletterschuhe und Griffe.
3. **VerveVert:** Kombiniert "Verve" (Lebenskraft, Enthusiasmus) mit "Vert" (französisch für Grün), um die Dynamik und das ökologische Bewusstsein der Marke zu unterstreichen.
4. **PurePeak:** Ein Name, der Reinheit und die Ausrichtung auf Bergsport suggeriert, ideal für eine Marke, die sich auf die Reinheit der Natur und der verwendeten Materialien konzentriert.
5. **ElevateEco:** Spielt auf das Erheben/Elevieren im Klettersport sowie auf ökologische Prinzipien an. Ein Name, der Wachstum und Nachhaltigkeit vermittelt.
6. **SustainSummit:** Dieser Name betont die Nachhaltigkeit (Sustain) und die Zielerreichung im Bergsport (Summit), ideal für eine Marke, die Wert auf langlebige und umweltfreundliche Produkte legt.
7. **BioBelay:** Kombiniert biologische Nachhaltigkeit mit einem zentralen Begriff aus dem Klettern (Belay/Sicherung), ideal für Sicherheitsausrüstung.
8. **CragConscious:** "Crag" steht für Felswand und "Conscious" für das Bewusstsein, ein Name, der für umweltbewusstes Klettern an natürlichen Felswänden steht.
9. **EcoAscend:** Ein einfacher, aber wirkungsvoller Name, der das ökologische Engagement und das Aufsteigen im Klettersport vereint.
10. **VerdeVertical:** "Verde" ist das spanische Wort für Grün und "Vertical" bezieht sich auf die vertikale Ausrichtung des Kletterns. Ein Name, der Internationalität und Umweltbewusstsein ausdrückt.

# Ideen bewerten und validieren



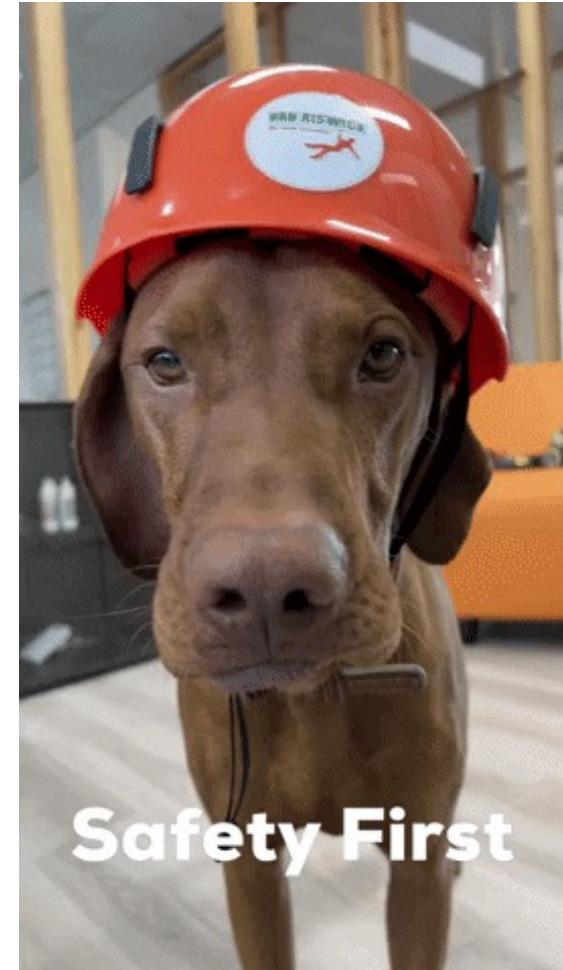
## ChatGPT

Nach einer Überprüfung im Web bezüglich möglicher Markenkonflikte mit den vorgeschlagenen Namen für nachhaltige Kletterausrüstung, ergibt sich folgendes Bild:



# Ideen bewerten und validieren

1. **EcoClimbGear**: Keine direkten Hinweise auf bestehende Markenkonflikte gefunden.
2. **GreenGrip**: Es wurden keine spezifischen Informationen gefunden, die auf einen direkten Markenkonflikt hinweisen.
3. **VerveVert**: Es wurden keine Ergebnisse gefunden, die auf eine existierende Marke mit diesem Namen hinweisen.
4. **PurePeak**: Keine direkten Hinweise auf bestehende Markenkonflikte gefunden.
5. **ElevateEco**: Es wurden keine spezifischen Informationen gefunden, die auf einen direkten Markenkonflikt hinweisen.
6. **SustainSummit**: Keine direkten Hinweise auf bestehende Markenkonflikte gefunden.
7. **BioBelay**: Es wurden keine Ergebnisse gefunden, die auf eine existierende Marke mit diesem Namen hinweisen.
8. **CragConscious**: Keine direkten Hinweise auf bestehende Markenkonflikte gefunden.
9. **EcoAscend**: Es wurden keine spezifischen Informationen gefunden, die auf einen direkten Markenkonflikt hinweisen.
10. **VerdeVertical**: Es existiert eine Marke namens "Verde Vertical" mit einer Webseite ([verdevertical.com](https://verdevertical.com)), die sich auf vertikale Gärten spezialisiert. Dies könnte potenziell zu einem Markenkonflikt führen, insbesondere wenn die neue Marke im selben oder einem ähnlich klingenden Marktsegment aktiv sein möchte [7].



# Ideen bewerten und validieren

## Beste Markennamen

Unter Berücksichtigung der Kriterien und Bewertungen wären meine Top-Wahlen für eine Marke, die das Potenzial hat, eine führende Rolle im Bereich der nachhaltigen Kletterausrüstung zu spielen.

1. **PurePeak:** Dieser Name punktet in fast allen Kategorien sehr hoch und vermittelt Klarheit, Einfachheit und Zielorientierung. Er ist leicht zu merken, international einsetzbar und bietet Raum für Wachstum und Erweiterung.
2. **GreenGrip:** Eine starke Wahl aufgrund seiner Einzigartigkeit, Merkfähigkeit und direkten Assoziation mit Nachhaltigkeit und Funktionalität im Klettern. Die leichte Einprägsamkeit und die direkte Verbindung zur Produktkategorie machen ihn attraktiv.
3. **EcoAscend:** Dieser Name ist sowohl merkfähig als auch hoch relevant für die Zielgruppe und den Markenwert. Er kommuniziert Aufstieg und Ökologie, zwei Schlüsselemente im Bergsport, die international verständlich sind.



# GreenGrip

Wir haben einen Namen, aber wir brauchen mehr!





# Die Markenidentität

## ChatGPT

### Zielsetzung und Werte

- **Nachhaltigkeit:** GreenGrip setzt sich für die Umwelt ein, indem es Produkte anbietet, die aus nachhaltigen Materialien gefertigt und unter fairen Bedingungen produziert werden. Die Reduktion des ökologischen Fuß
- **Innovation:** Die Marke Produkte. Dies umfasst als auch das Design, d
- **Community-Engagement:** Unternehmen unterstützen den Schutz natürlicher Kle

### Zielgruppe

- **Alter:** 18 bis 45 Jahre  
Umweltschutz legen
- **Geschlecht:** Unisex  
geschlechtsspezifisch
- **Erfahrungslevel im**  
bis hin zu erfahrene
- **Werte und Bedürfnisse:**  
Wunsch nach qualit  
unterstützenden Ge

### Markenpersönlichkeit

- **Abenteuerlustig:** GreenGrip steht für die Liebe zum Abenteuer und die ständige Suche nach neuen Herausforderungen. Die Marke inspiriert Menschen dazu, ihre Grenzen zu erweitern und die Schönheit der Natur zu erkunden.
- **Verantwortungsbewusst:** GreenGrip handelt ethisch und umweltbewusst. Die Marke übernimmt Verantwortung für ihre Auswirkungen auf den Planeten und die Gesellschaft und motiviert andere, dasselbe zu tun.
- **Innovativ:** GreenGrip ist zukunftsorientiert und offen für Veränderungen. Die Marke strebt danach, durch kreative Lösungen und technologische Fortschritte die Klettersportindustrie zu revolutionieren.
- **Gemeinschaftlich:** GreenGrip glaubt an die Kraft der Gemeinschaft. Die Marke baut auf Zusammenarbeit, Teilen von Wissen und gegenseitige Unterstützung, um ein inklusives und unterstützendes Umfeld für alle Kletterer zu schaffen.

# GreenGrip braucht einen Slogan

## ChatGPT



ChatGPT

### 10 Slogans für GreenGrip

1. **"Greif nachhaltig. Kletter bewusst."**
  - Begründung: Kombiniert den Kern der Marke (Nachhaltigkeit und Bewusstsein) mit der Aktivität des Kletterns. Erinnert an Nike's "Just Do It", indem er zum Handeln aufruft.
2. **"Für Gipfelstürmer mit Prinzipien."**
  - Begründung: Spricht die Zielgruppe direkt an und betont die Werte der Marke. Ähnlich wie Apple's "Think Different", hebt dieser Slogan die Individualität und Werteorientierung der Kundschaft hervor.
3. **"Halte fest an deinen Werten. Überwinde deine Grenzen."**
  - Begründung: Spielt auf die Doppelbedeutung von "halten" an – sowohl im Sinne von festhalten (am Felsen) als auch an Werten festhalten. Erinnert an Adidas' "Impossible is Nothing", indem er Motivation und Wertetreue kombiniert.
4. **"Naturverbunden. Gipfelgebunden."**
  - Begründung: Spielt mit der engen Verbindung zwischen der Liebe zur Natur und der Passion zum Klettern. Ähnelt Red Bulls "Gibt Flügel", indem er die erhebende Erfahrung des Kletterns hervorhebt.
5. **"Kletter grün, lebe bunt."**
  - Begründung: Betont die Nachhaltigkeit (grün) und die Vielfalt des Lebens und Erlebens (bunt). Erinnert an Coca-Colas "Taste the Feeling", indem er emotionale und farbenfrohe Aspekte betont.
6. **"Eroberere Höhen, schütze die Erde."**
  - Begründung: Verbindet das Ziel des Kletterns (Höhen erobern) mit dem Schutz der Umwelt. Ähnlich wie Patagonias Umweltmission, motiviert dieser Slogan zum Handeln.

# GreenGrip braucht einen Slogan

ChatGPT

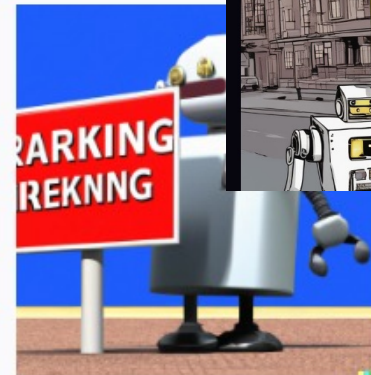
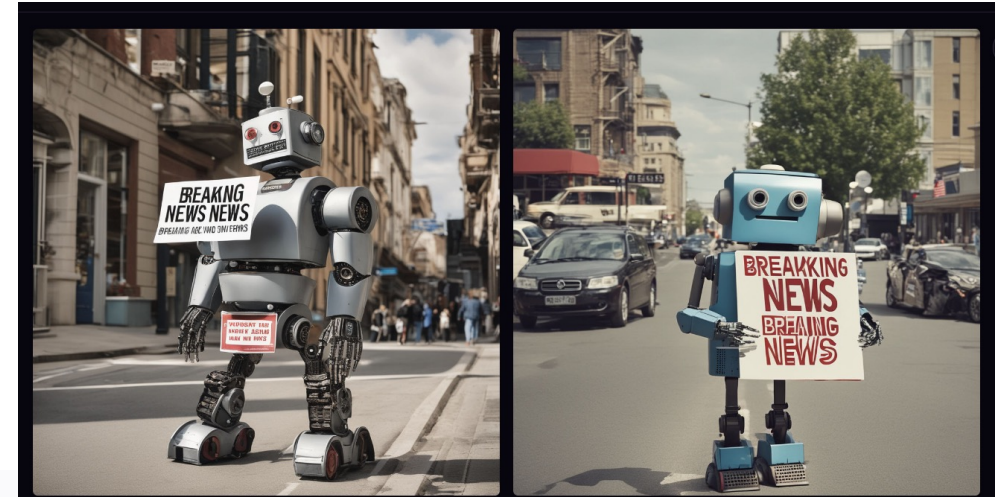
## 2. "Für Gipfelstürmer mit Prinzipien."

- Begründung: Spricht die Zielgruppe direkt an und betont die Individualität und Werteorientierung der





# Logos mit Text, war mal ein Problem





# So viele Logo Ideen

Ideogram



# So viele Logo Ideen

Ideogram





# So viele Logo Ideen

Midjourney & Ideogram



# So viele Logo Ideen

Midjourney & Ideogram







**Eine Webseite muss her!**



# KI, was muss drauf?

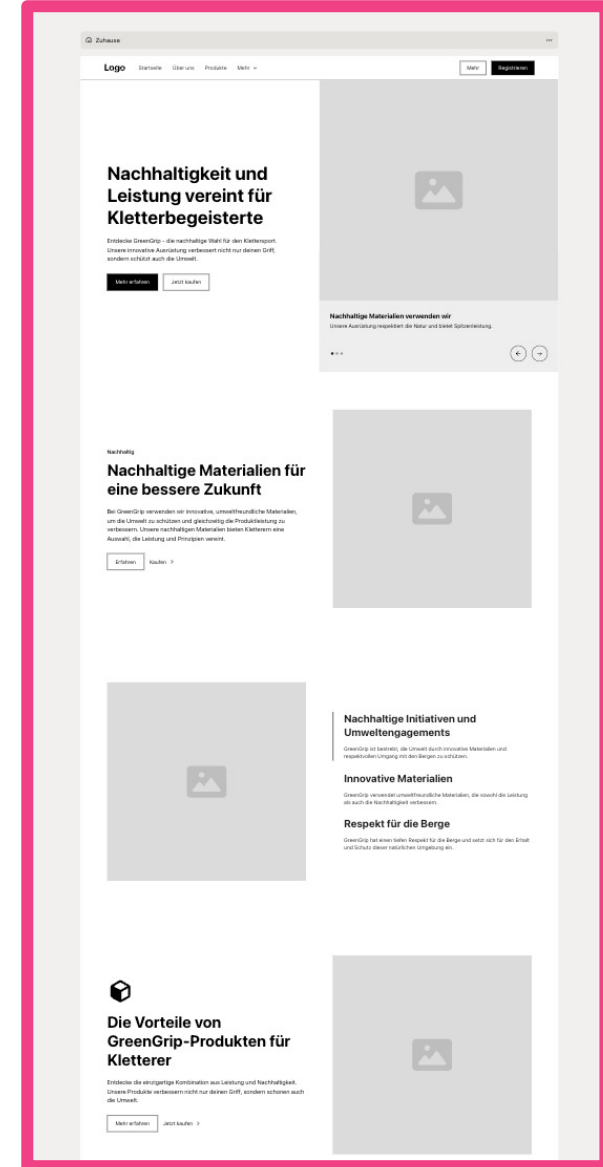
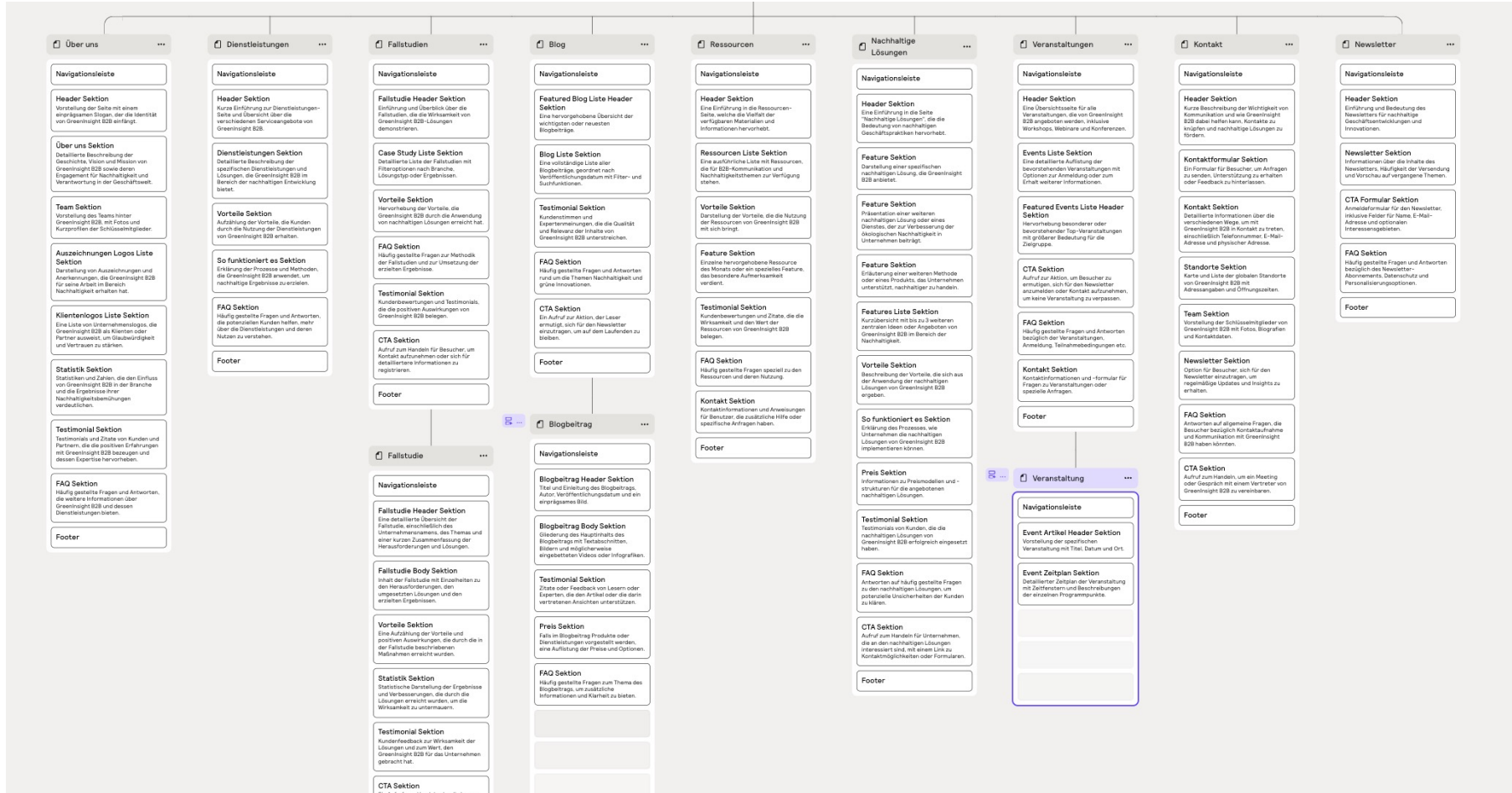
200k+ Designers & Devs build with Relume

## Websites designed & built faster with AI

**Mario**

**Jessica** Use AI as your design ally, not as a replacement. Effortlessly generate sitemaps and wireframes for marketing websites in minutes.

# KI, was miss drauf?



# KI, was muss drauf?

The screenshot displays the Dora.run AI interface. At the top left, it says "AI Beta". At the top right, it shows "60 Credits" and a close button. The main interface is divided into two main sections: "Prompt" and "Select one to generate".

**Prompt Section:**

- Prompt:** "A landing page for the brand GreenGrip that offers sustainable climbing gear for climbers" (70 / 300 characters).
- Style:** "Optional" (31 / 300 characters).
- Style Description:** "green, dynamic, modern, minimal".
- Style Selection:** A row of five circular icons representing different styles: a pink bottle, a fox, a pumpkin, a modern building, and a globe.
- Buttons:** "Reset" and "Regenerate" (costs 20 credits).
- Disclaimer:** "AI outputs may be inaccurate or misleading".

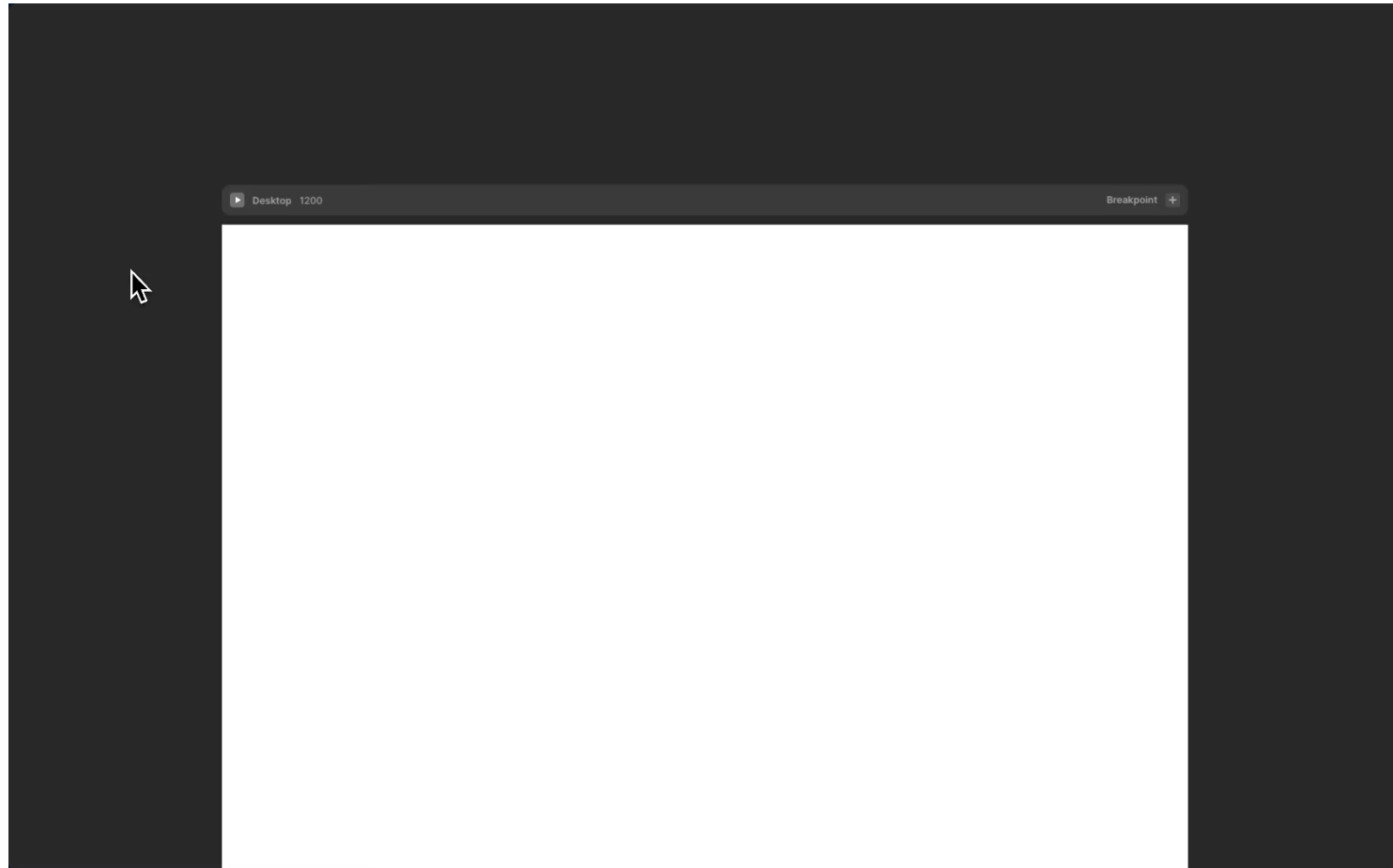
**Select one to generate Section:**

- Credits:** "20 credits per page".
- Generated Options:** Four vertical panels showing different landing page designs for GreenGrip, each with a unique headline and layout. The headlines include: "Tiba three wotale naravtng gear", "Markle thest Manttng gear", "Mapng the manttng gear climas", and "the best gogtaly manttng gear for allsttlers".

Dora.run



# Komplett mit KI? (Framer AI)





**Wir brauchen Produkte!**

# Produkte müssen her! (ChatGPT, natürlich)



ChatGPT

1. Produktname: GreenGrip EcoHover Mat

**Kurze Beschreibung:** Eine revolutionäre, schwebende Yogamatte, die mittels nachhaltig erzeugter Magnetkraft eine schwebende Übungsfläche bietet, in einem beruhigenden Waldgrün.

**Englische Bildbeschreibung:** A photo of the GreenGrip EcoHover Mat floating a few inches above the ground in a serene Swiss pine forest clearing. The mat's deep forest green color contrasts beautifully with the light filtering through the trees, creating a magical and tranquil yoga space. The GreenGrip logo is tastefully integrated into the mat's corner, appearing to float along with it. This image captures the essence of innovation and sustainability, offering a glimpse into a future where fitness and nature exist in perfect harmony.

2. Produktname: GreenGrip AlpinePod

**Kurze Beschreibung:** Ein tragbares, biologisch abbaubares Mini-Gewächshaus für Bergwanderer, um unterwegs frische Alpenkräuter anzubauen, gestaltet in verschiedenen Schattierungen von Berggrün.

**Englische Bildbeschreibung:** A photo showcasing the GreenGrip AlpinePod, nestled among a rocky Alpine landscape with the Matterhorn in the distance. The pod's gradient of mountain greens mimics the surrounding flora, while inside, small sprouts of Alpine herbs can be seen thriving. The GreenGrip logo is subtly embossed on the pod's side, symbolizing the fusion of technology, sustainability, and the mountaineer spirit. This scene presents a vision of self-sufficiency and respect for nature, elevating the hiking experience to new heights.

3. Produktname: GreenGrip SolarSkin Jacket

**Kurze Beschreibung:** Eine innovative Jacke mit integrierten flexiblen Solarzellen in der Außenschicht, um elektronische Geräte unterwegs zu laden, in einem leuchtenden Sonnengrün.

**Englische Bildbeschreibung:** A photo of a hiker wearing the GreenGrip SolarSkin Jacket, standing atop a windswept ridge with panoramic views of the Swiss Alps. The jacket's bright sun green is vibrant against the rugged terrain, and the subtle, integrated solar panels catch the light, highlighting their innovative function. The GreenGrip logo is smartly placed on the jacket's sleeve, embodying the brand's commitment to sustainable outdoor technology. This scene is a testament to the potential of harnessing renewable energy even in the most remote locations.

4. Produktname: GreenGrip WhisperBoots

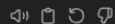
**Kurze Beschreibung:** Geräuschreduzierende Wanderschuhe, die durch eine spezielle Sohlentechnologie das Geräusch des Auftritts minimieren, um die Tierwelt weniger zu stören, in einem natürlichen Farngrün.

**Englische Bildbeschreibung:** A photo capturing the GreenGrip WhisperBoots in action, as a hiker quietly traverses a dense, mossy forest floor, careful not to disturb the serene environment. The boots' fern green color blends seamlessly with the forest, and the absence of footstep sounds is palpable, preserving the natural soundscape. The GreenGrip logo is discreetly placed on the heel, signifying a silent pact with nature to tread lightly and respectfully. This innovative product redefines the relationship between adventurers and the wild, ensuring minimal impact on wildlife habitats.

5. Produktname: GreenGrip BioLum Tent

**Kurze Beschreibung:** Ein selbstleuchtendes Zelt, das biolumineszierende Mikroorganismen nutzt, um nachts eine sanfte Beleuchtung zu bieten, in einem sanften Gletschergrün.

**Englische Bildbeschreibung:** A photo depicting the GreenGrip BioLum Tent aglow with a soft, ethereal light against the backdrop of a starry night in the Swiss Alps. The tent's glacier green fabric subtly reflects the bioluminescent glow, creating a magical atmosphere around the campsite. The GreenGrip logo, glowing in harmony with the tent, is a beacon of innovation and sustainability. This scene captures a futuristic camping experience where nature's own light sources are harnessed to illuminate the darkness, blending the boundaries between technology and the natural world.





# Wie sehen die Produkte aus? (Midjourney)

## GreenGrip AlpinePod



## GreenGrip SolarSkin Jacket



## GreenGrip WhisperBoots



# Produkte validieren (ChatGPT)

## ChatGPT

Die durchgeführte Internetsuche lieferte keine Ergebnisse, die darauf hindeuten, dass die spezifischen Produkte "GreenGrip WhisperBoots", "GreenGrip SolarSkin Jacket" oder "GreenGrip AlpinePod" bereits existieren. Es scheint keine direkten Übereinstimmungen mit diesen Produktbezeichnungen zu geben, was darauf hinweist, dass diese Namen wahrscheinlich für neue Produkte verwendet werden können, ohne markenrechtliche Probleme zu verursachen.

Es ist jedoch zu beachten, dass dies keine umfassende Markenrechtsprüfung darstellt. Für eine vollständige Überprüfung sollten Sie einen Markenrechtsanwalt konsultieren, um sicherzustellen, dass die Namen nicht nur einzigartig, sondern auch rechtlich schützbar sind. Außerdem ist es ratsam, eine professionelle Markenrecherche durchzuführen, die alle relevanten Datenbanken nach registrierten Markenzeichen durchsucht, bevor man sich auf einen Produktnamen festlegt.







# Sichtbarkeit mit Content erzeugen



# Ein Blog muss her! (Ideogram)



# Neue Content Ideen erstellen (mit ChatGPT)

## ChatGPT

Als SEO-Experte ist es wichtig, eine Content-Landschaft zu schaffen, die nicht nur reichhaltig und informativ ist, sondern auch gut organisiert, um sicherzustellen, dass die Inhalte von Suchmaschinen indiziert und von Nutzern leicht gefunden werden können. Hier ist ein Ansatz für Content Cluster rund um das Thema Klettern und nachhaltiger Bergsport:

Content Cluster	Beschreibung	Potenzielle Unterthemen
Nachhaltige Kletterausrüstung	In diesem Cluster geht es um die verschiedenen Aspekte nachhaltiger Kletterausrüstung.	- Materialien und Technologien - Bewertungen und Vergleiche - Pflege und Wartung
Umweltverträgliches Klettern	Dieser Cluster konzentriert sich auf Praktiken und Techniken des Kletterns, die die Umwelt schützen.	- Leave No Trace Prinzipien - Klettern und Naturschutz - Einfluss von Kletterern auf Ökosysteme
Nachhaltige Reiseziele	Hier geht es um Reiseziele, die für nachhaltiges Klettern bekannt sind.	- Öko-Klettergebiete in der Schweiz - Nachhaltiger Tourismus - Green Travel Guides
Training und Fitness für Kletterer	In diesem Cluster geht es um Trainingsprogramme und Fitnessstrategien für Kletterer.	- Nachhaltige Trainingsmethoden - Trainingspläne und Routinen - Verletzungsprävention
Ernährung für Kletterer	Alles rund um die richtige Ernährung für Kletterer, mit einem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit.	- Nachhaltige Ernährungspläne - Lokale und saisonale Ernährung - Superfoods für Kletterer
Community und Kultur	Dieser Cluster befasst sich mit der Klettergemeinschaft und -kultur und deren Beiträgen zur Nachhaltigkeit.	- Portraits von Öko-Kletterern - Nachhaltige Kletterevents - Community-Projekte
Ausrüstungs- und Produktinnovationen	Der Fokus liegt hier auf Innovationen in der Kletterausrüstung, die nachhaltig sind.	- Startups in der Kletterbranche - Nachhaltige Produktentwicklung - Crowdfunding für nachhaltige Kletterprodukte
Anleitungen und Ressourcen	Praktische Anleitungen und Ressourcen für nachhaltiges Klettern.	- DIY für Kletterausrüstung - Ressourcen für nachhaltiges Klettern - Online-Kurse und Workshops

# Neue Content Ideen erstellen (mit ChatGPT)

1. **Titel des Beitrags:** "Die Revolution der recycelten Kletterseile: Ein Weg in die Zukunft"

**Beschreibung:** Der Beitrag beschreibt die Entwicklung und Bedeutung von recycelten Kletterseilen in der Kletterausrüstung. Er beleuchtet den gesamten Recyclingprozess von der Sammlung alter Seile bis hin zur Herstellung neuer Produkte und zeigt auf, wie jeder Schritt zur Nachhaltigkeit im Bergsport beiträgt.

2. **Titel des Beitrags:** "Bio-Baumwolle vs. Synthetik: Eine umweltbewusste Entscheidung für Kletterkleidung"

**Beschreibung:** In diesem Artikel werden die Vor- und Nachteile von Bio-Baumwolle im Vergleich zu synthetischen Stoffen in der Herstellung von Kletterkleidung diskutiert. Der Beitrag soll das Bewusstsein für nachhaltige Materialauswahl schärfen und praktische Tipps für eine umweltfreundlichere Garderobe bieten.

3. **Titel des Beitrags:** "Die Wissenschaft hinter nachhaltigen Kletterschuhen: Komfort trifft auf Ökologie"

**Beschreibung:** Der Beitrag taucht in die technischen Aspekte von nachhaltigen Kletterschuhen ein und erläutert, wie neueste Technologien und umweltfreundliche Materialien zu Leistung und Komfort beitragen, ohne die Umwelt zu belasten.



# Neue Content Ideen erstellen (mit ChatGPT)



ChatGPT

## Abschnitt 1: Der Lebenszyklus eines Kletterseils

Das Kletterseil: Eine vertraute Linie zwischen Mensch und Berg, Symbol für Sicherheit und Abenteuer. Doch wie jedes zuverlässige Ausrüstungsteil kommt auch das beste Seil an sein Lebensende. Die durchschnittliche Lebensspanne eines Kletterseils beträgt etwa drei bis fünf Jahre – abhängig von der Nutzungsintensität. Wenn die Zeichen von Verschleiß und Alterung nicht mehr zu leugnen sind, stehen Kletterer vor einer wichtigen Entscheidung: Wie kann das Seil verantwortungsbewusst entsorgt werden, ohne der Umwelt zu schaden?

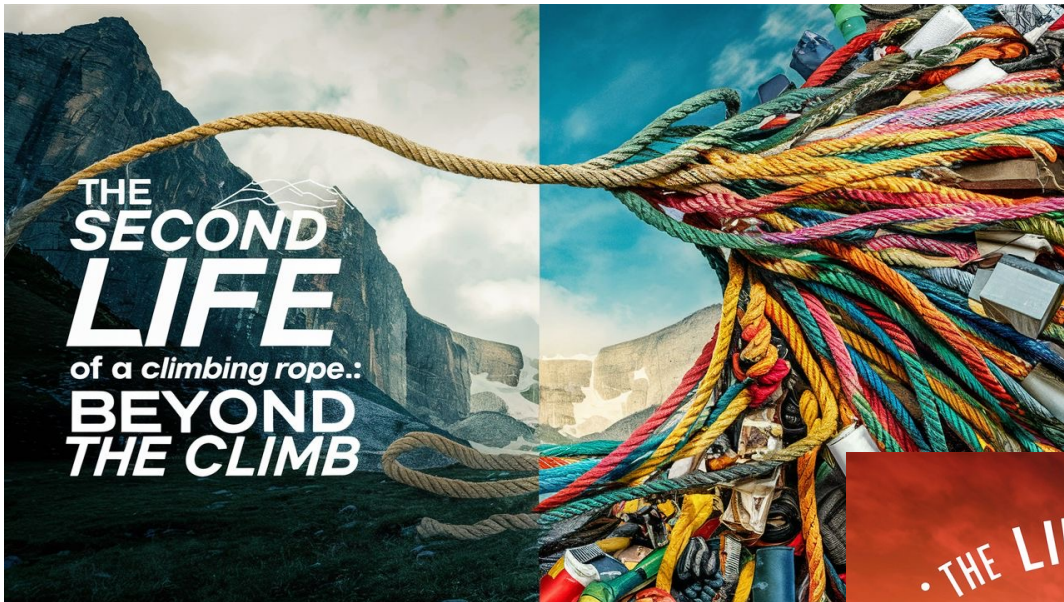
Hier stehen wir vor einer Herausforderung. Traditionell enden ausgemusterte Kletterseile auf Deponien, wo ihre synthetischen Materialien zur Umweltbelastung beitragen. Aber es geht auch anders: Die Wiederverwertung – das Recycling – bietet einen Pfad zur Verlängerung des Lebenszyklus und reduziert unseren ökologischen Fußabdruck.

## Abschnitt 2: Sammeln und Sortieren

Die Revolution beginnt mit dem Sammeln. Viele Kletterhallen, Outdoor-Shops und Gemeinschaftszentren haben Sammelstellen eingerichtet, an denen ausgediente Seile abgegeben werden können. Diese Initiativen sind oft mit Umweltorganisationen verbunden und zeigen, wie tief das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der Klettergemeinschaft verwurzelt ist.

Nach der Sammlung erfolgt die Sortierung. Dieser Schritt ist entscheidend, denn nicht alle Seile sind gleich. Manche können aufgrund ihrer Zusammensetzung oder des Zustands nicht recycelt werden. Die Seile werden also nach verschiedenen Kriterien sortiert: Materialtyp, Zustand und Recyclingfähigkeit. Diejenigen, die den Prozess nicht durchlaufen können, finden oft in anderen Formen Verwendung, beispielsweise in kreativen Upcycling-Projekten.

# Content braucht visuelle Elemente





# Neue Content Ideen erstellen (mit ChatGPT)

## Der Lebenszyklus eines Kletterseils

Das Kletterseil: Eine vertraute Linie zwischen Mensch und Berg, Symbol für Sicherheit und Abenteuer. Doch wie jedes zuverlässige Ausrüstungsteil kommt auch das beste Seil an sein Lebensende. Die durchschnittliche Lebensspanne eines Kletterseils beträgt etwa drei bis fünf Jahre – abhängig von der Nutzungsintensität. Wenn die Zeichen von Verschleiß und Alterung nicht mehr zu leugnen sind, stehen Kletterer vor einer wichtigen Entscheidung: Wie kann das Seil verantwortungsbewusst entsorgt werden, ohne der Umwelt zu schaden?

Hier stehen wir vor einer Herausforderung. Traditionell enden ausgemusterte Kletterseile auf Deponien, wo ihre synthetischen Materialien zur Umweltbelastung beitragen. Aber es geht auch anders: Die Wiederverwertung – das Recycling – bietet einen Pfad zur Verlängerung des Lebenszyklus und reduziert unseren ökologischen Fußabdruck.

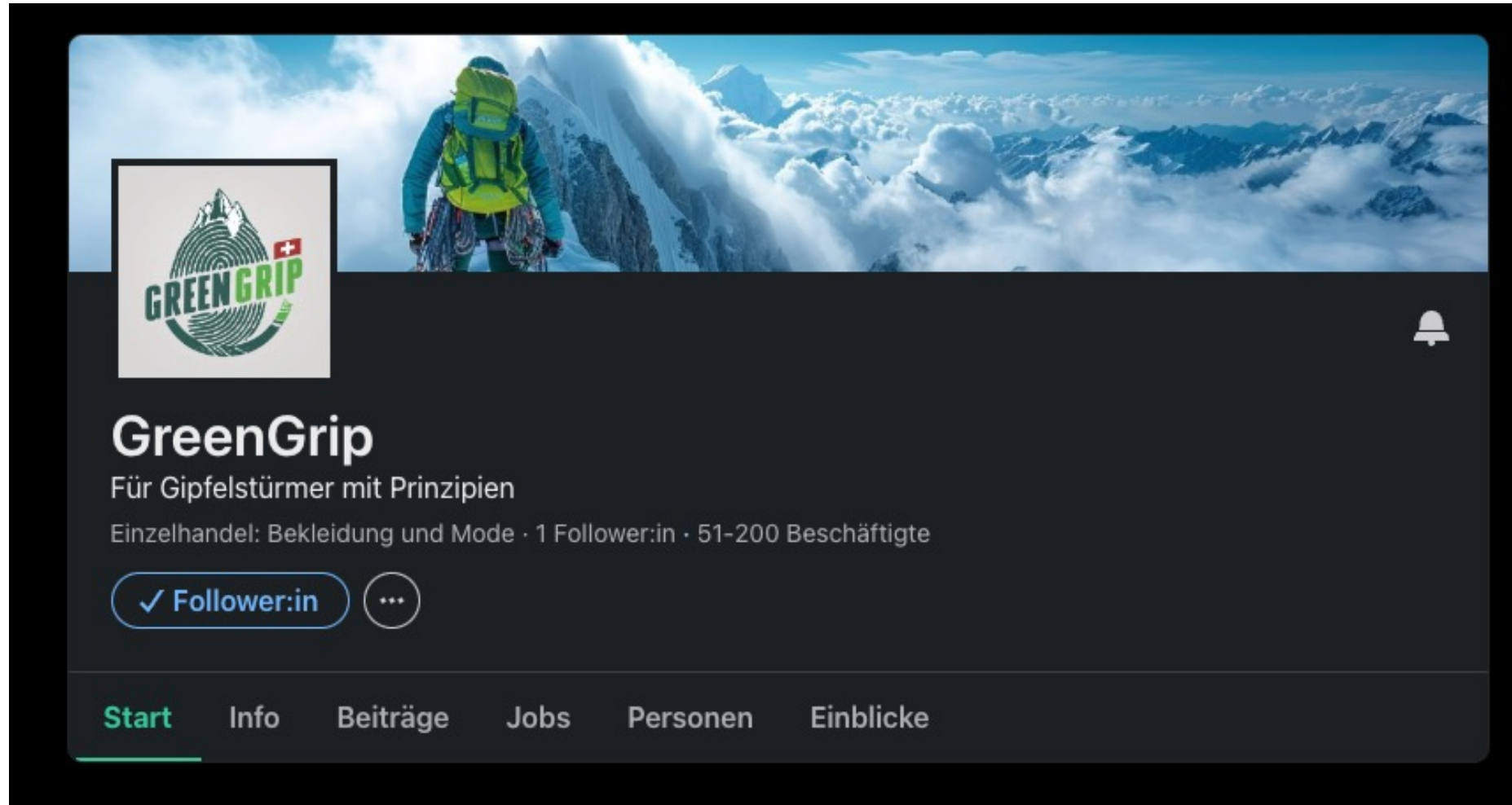
---

## Sammeln und Sortieren

Die Revolution beginnt mit dem Sammeln. Viele Kletterhallen, Outdoor-Shops und Gemeinschaftszentren haben Sammelstellen eingerichtet, an denen ausgedient Seile abgegeben werden können. Diese Initiativen sind oft mit Umweltorganisationen verbunden und zeigen, wie tief das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der



# Lets go social! (LinkedIn 🚀)



# Content Recycling für Social-Media (ChatGPT)

♥ Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft im Klettersport 🌍  
Die Klettercommunity ist stark und vereint! 🙌

Lasst uns diese Kraft nutzen, um den Klettersport nachhaltiger zu gestalten! 🌿

Ein wichtiger Schritt: Verantwortung für ausgemusterte Kletterseile übernehmen. ♻️  
Statt auf der Deponie zu landen, können sie recycelt und zu neuen Produkten verarbeitet werden. 🗑️

So entsteht ein geschlossener Kreislauf, der Ressourcen schont und die Umwelt schützt. Unternehmen und Kletterhallen können Vorreiter sein, indem sie Sammelstellen für gebrauchte Seile einrichten. ♥

Gemeinsam können wir etwas bewegen! 🌍

Link zum Blogartikel: <https://www.blogger.com/>

Mehr über unsere Marke erfahren: <https://www.yourdictionary.com/marke>

Lasst uns in den Kommentaren diskutieren, wie wir den Klettersport noch nachhaltiger gestalten können! 💬

-----

#klettersport #nachhaltigkeit #recycling #umweltschutz #gemeinsamstark

**Jens Polomski**  
KI & Marketing aus Leidenschaft 🚀 | Vorträge, Workshops & umsetzbare Lö...  
1h · 🌐

♥ Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft im Klettersport 🌍  
Die Klettercommunity ist stark und vereint! 🙌

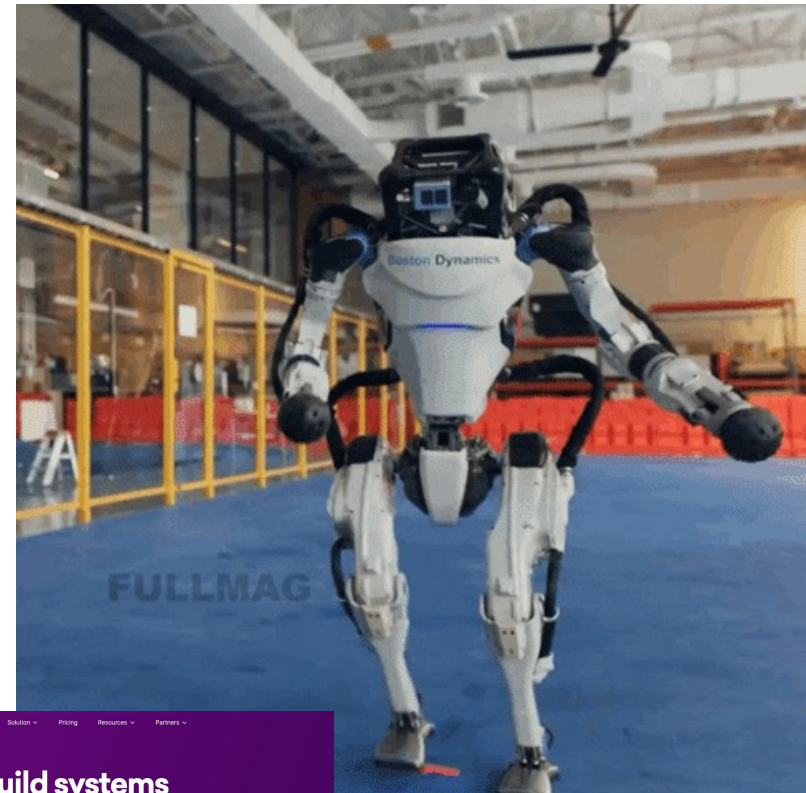
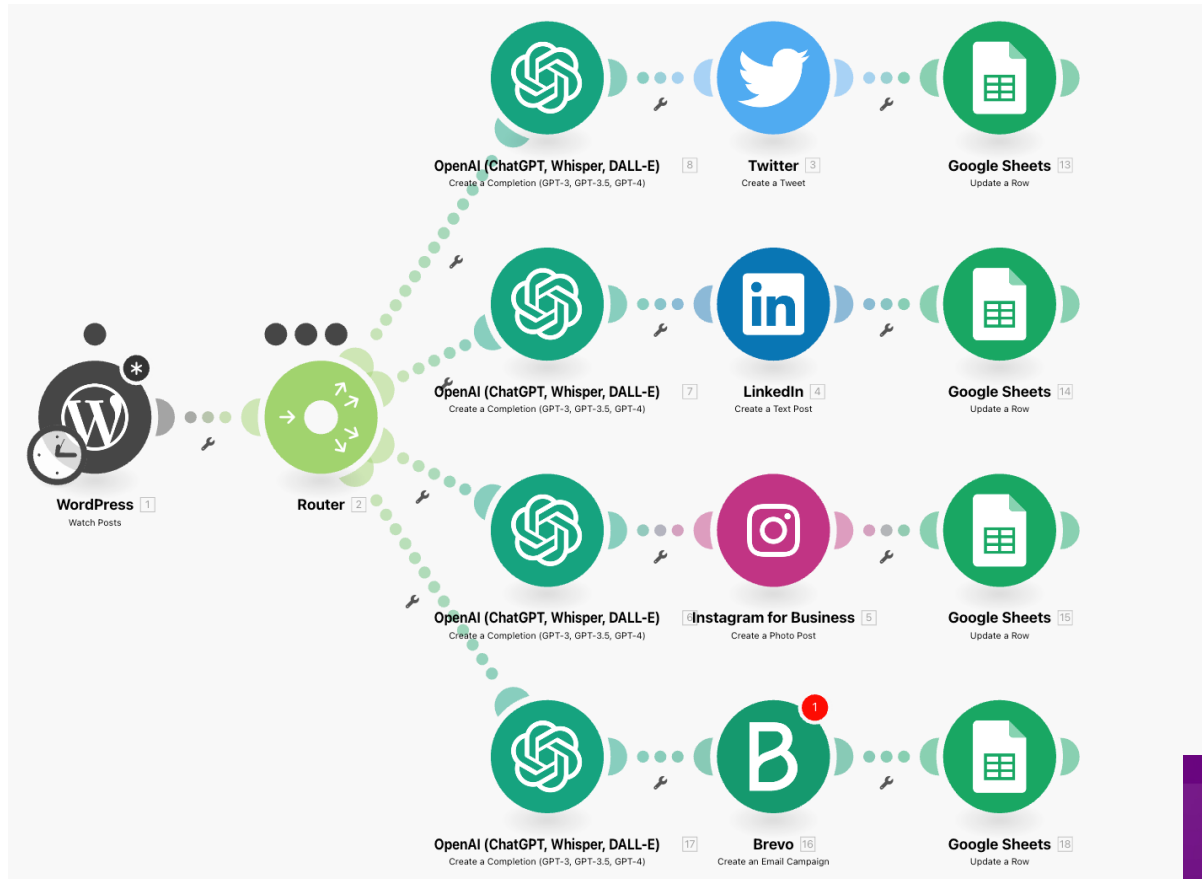
...see more



39 10 comments · 1 share

Like Comment Share Send

# Automation + KI = 🚀 (Make.com)



Product ▾ Solution ▾ Pricing ▾ Resources ▾ Partners ▾

## Build systems #withMake

From tasks and workflows to apps and systems, build and automate anything in one powerful visual platform.

[Get started free](#)

— No credit card required — No time limit on Free plan



# Interaktivität auf der Webseite mit ChatGPT

## ChatGPT



### ChatGPT

Die Entwicklung interaktiver Elemente für die Webseite der Marke GreenGrip kann die Benutzererfahrung signifikant verbessern und die Markenwerte effektiv kommunizieren. Hier sind sieben Ideen für interaktive Elemente, die mit JavaScript, HTML und CSS einfach umgesetzt werden können:

1. **Nachhaltigkeits-Rechner:** Ein interaktives Tool, das Nutzern ermöglicht, den ökologischen Fußabdruck ihrer aktuellen Kletterausrüstung zu berechnen und diesen mit den nachhaltigen Produkten von GreenGrip zu vergleichen. Nutzer können Angaben zu Material, Herkunft und Nutzungsdauer ihrer Ausrüstung machen, um den Unterschied in der Nachhaltigkeit zu sehen.
2. **Produkt-Konfigurator:** Ein Tool, mit dem Benutzer ihre Kletterausrüstung individuell zusammenstellen können, indem sie aus verschiedenen nachhaltigen Materialien, Farben und Mustern wählen. Dies fördert die innovative und kundenspezifische Seite der Marke.
3. **Interaktive Karte für Klettergebiete:** Eine Karte, auf der Nutzer natürliche Klettergebiete in ihrer Nähe finden können, einschließlich Informationen zum Schutz dieser Gebiete und wie GreenGrip sich dafür einsetzt. Nutzer können auch eigene Lieblingsorte hinzufügen und Tipps mit der Community teilen.
4. **Quiz zu Klettersport und Nachhaltigkeit:** Ein spielerisches Quiz, das Wissen über Klettersport und Umweltbewusstsein testet. Dies kann die

# Interaktivität auf der Webseite mit ChatGPT

ChatGPT

## JavaScript (script.js)

javascript

Copy

```
document.getElementById('calculate-button').addEventListener('click', function() {
  const equipmentType = document.getElementById('equipment-type').value;
  const usageFrequency = document.getElementById('usage-frequency').value;

  // Fiktive Berechnung des ökologischen Fußabdrucks
  const footprint = calculateFootprint(equipmentType, usageFrequency);
  const savings = calculateSavings(footprint);

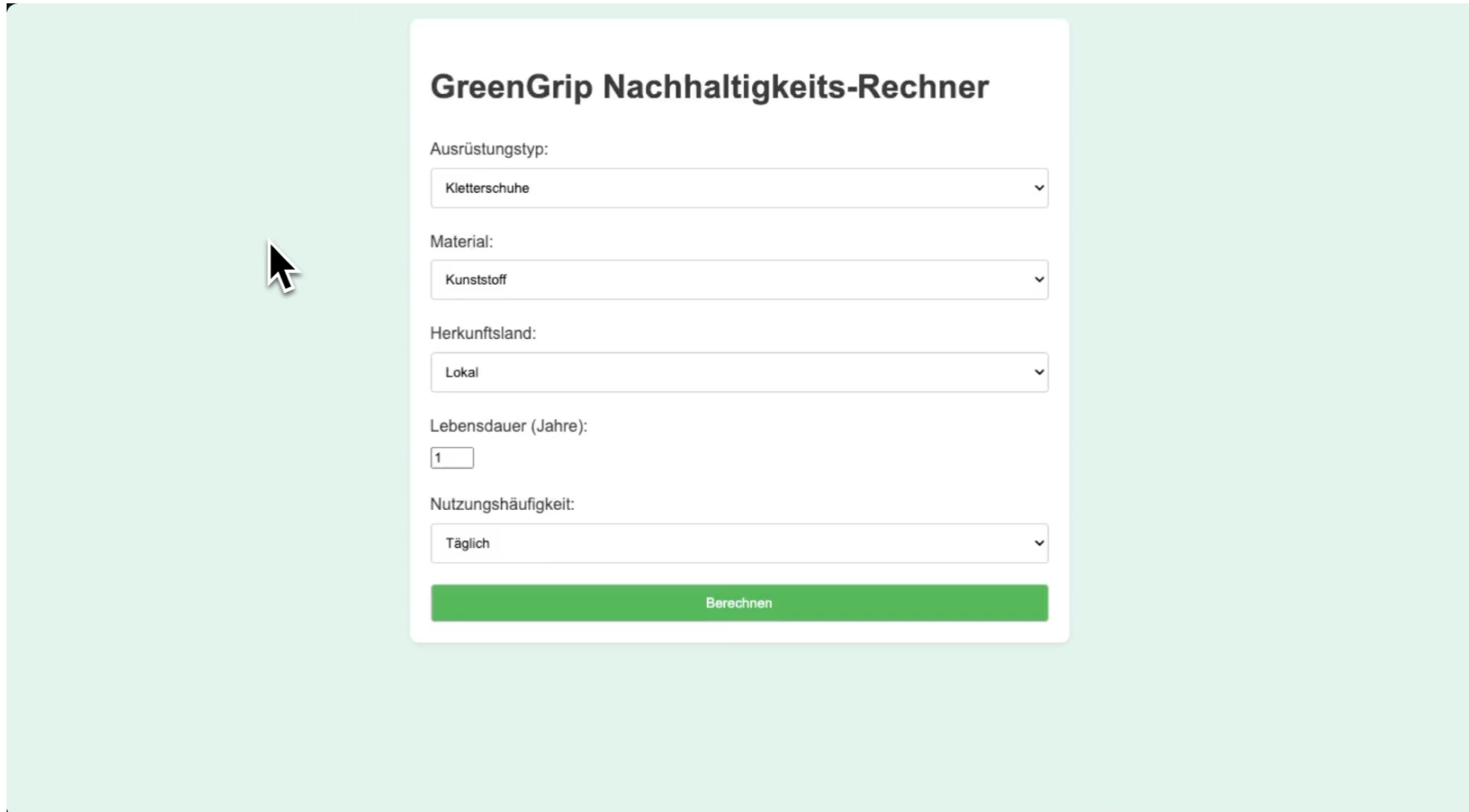
  document.getElementById('footprint-result').innerText = `Dein ökologischer Fußabdruck für die gewählte Ausrüstung beträgt`;
  document.getElementById('savings-result').innerText = `Durch den Wechsel zu GreenGrip könntest du ${savings} kg CO2 pro`;

  document.getElementById('results').style.display = 'block';
});

function calculateFootprint(equipmentType, usageFrequency) {
  // Fiktive Werte für die Demonstration
  const baseFootprint = { shoes: 10, harness: 5, rope: 15 };
  const frequencyMultiplier = { daily: 365, weekly: 52, monthly: 12 };
}
```

# Erster nutzbarer Prototyp

ChatGPT



**GreenGrip Nachhaltigkeits-Rechner**

Ausrüstungstyp:  
Kletterschuhe

Material:  
Kunststoff

Herkunftsland:  
Lokal

Lebensdauer (Jahre):  
1

Nutzungshäufigkeit:  
Täglich

Berechnen



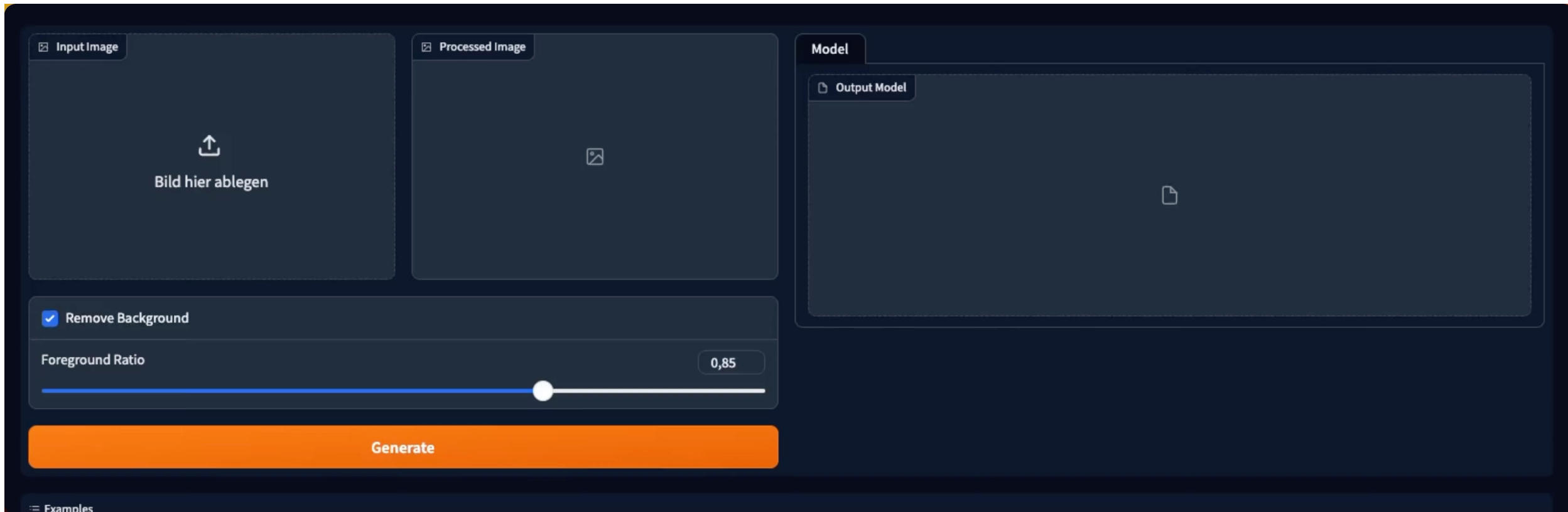
# 3D Modelle aus Bildern erzeugen

Ideogram



# 3D Modelle aus Bildern erzeugen




TripoSD (Open-Source)



# Oder doch lieber als Präsentation?

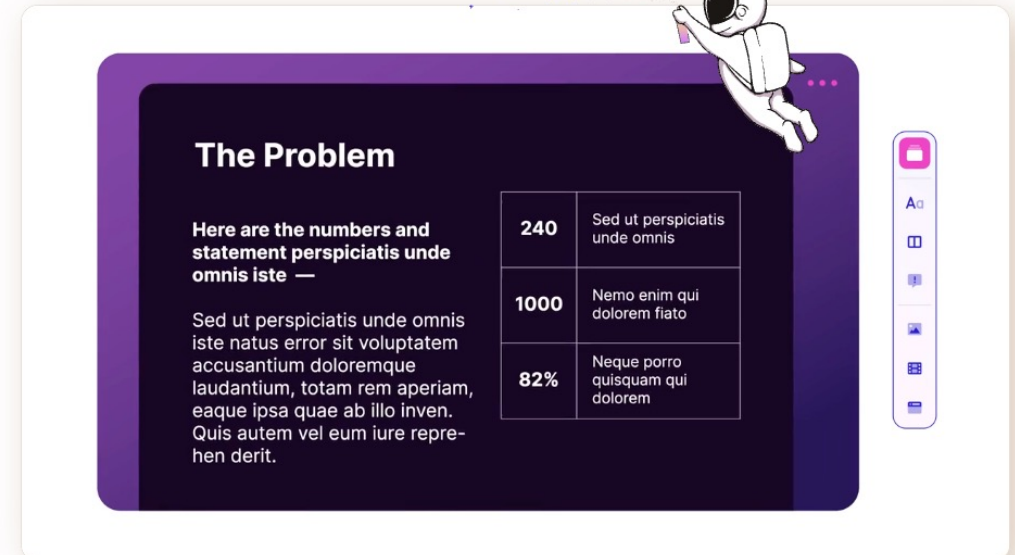
Beautiful and on-brand

## Make it polished and ready in one click

-  No more slide masters or template lock-in
-  Restyle your entire deck in just **one click**
-  Use a **flexible template** to work faster

Creating polished slides gets really tedious, especially aligning boxes and keeping things on-brand. With Gamma, I can get things done **so much faster**.

 John, Co-founder & CEO at Stotles





# Oder doch lieber als Präsentation?

Outline

- 1 Über GreenGrip
- 2 Unsere Leidenschaft für den nachhaltigen Bergsport
- 3 Unser Ziel: Nachhaltigkeit im Klettersport
- 4 Unsere Produkte: Umweltfreundlich und langlebig
- 5 Unsere Partner: Zusammenarbeit für eine
- 6 Unsere Community: Gemeinsam für eine
- 7 Unsere Erfolge: Auszeichnungen und Ane
- 8 Kontaktieren Sie uns: Fragen, Anregungen



## Über GreenGrip

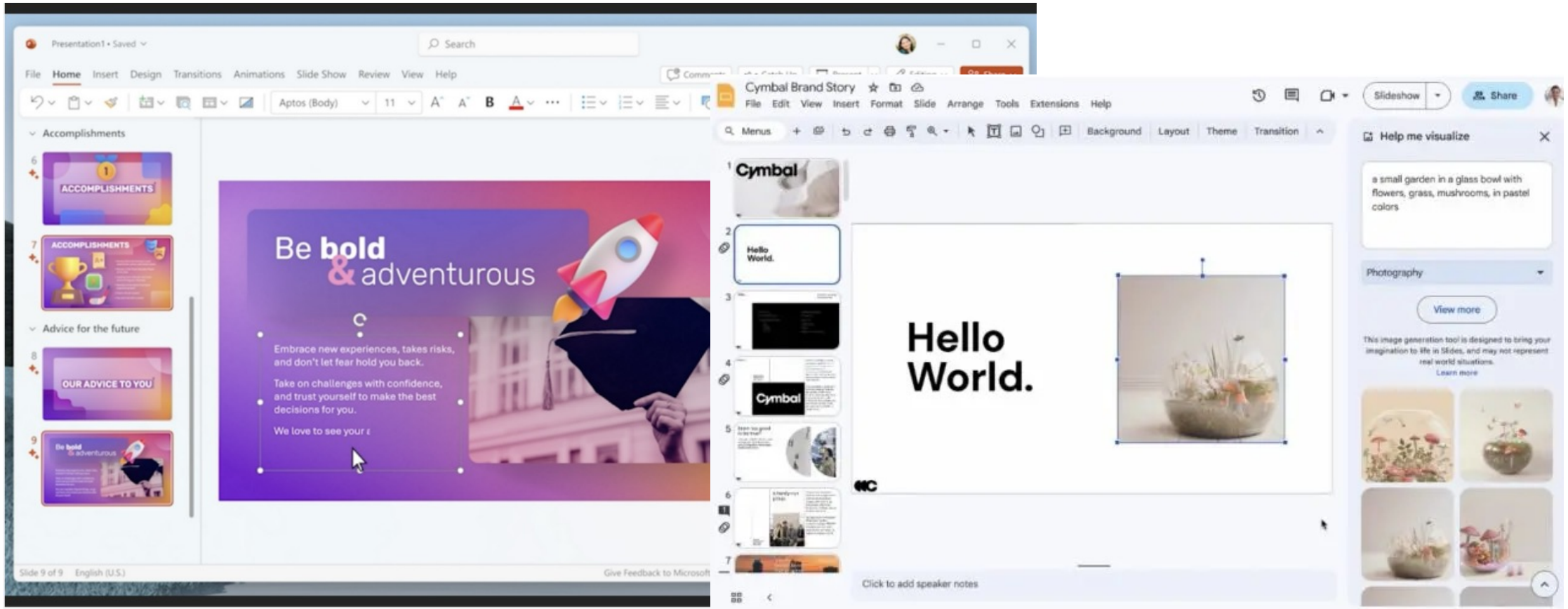
GreenGrip ist eine innovative Marke, die sich leidenschaftlich für den nachhaltigen Bergsport einsetzt. Unser Fokus liegt auf umweltfreundlichen Lösungen, die den Klettersport nachhaltiger gestalten.

 by Jens Polomski  
Last edited about 1 hour ago

## Unsere Community: Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft

- 1 Aktive Teilnahme  
Wir ermutigen die aktive
- 2 Wissensaustausch  
Unsere Plattform fördert den Austausch von Wissen und Ideen für nachhaltigen Bergsport.
- 3 Gemeinschaftsveranstaltungen  
Wir organisieren regelmäßige Veranstaltungen, um die Gemeinschaft zu stärken und zu vernetzen.

# Microsoft & Google are coming!



# Das eigene Promo Video (Runway + Bild KI + Elevenlabs)





# Das Ding mit der Stimme

# ElevenLabs



Voice Settings

Stability

More variable *i* More stable *i*

Clarity + Similarity Enhancement

Low *i* High *i*

Style Exaggeration

None (Fastest) Exaggerated *i*

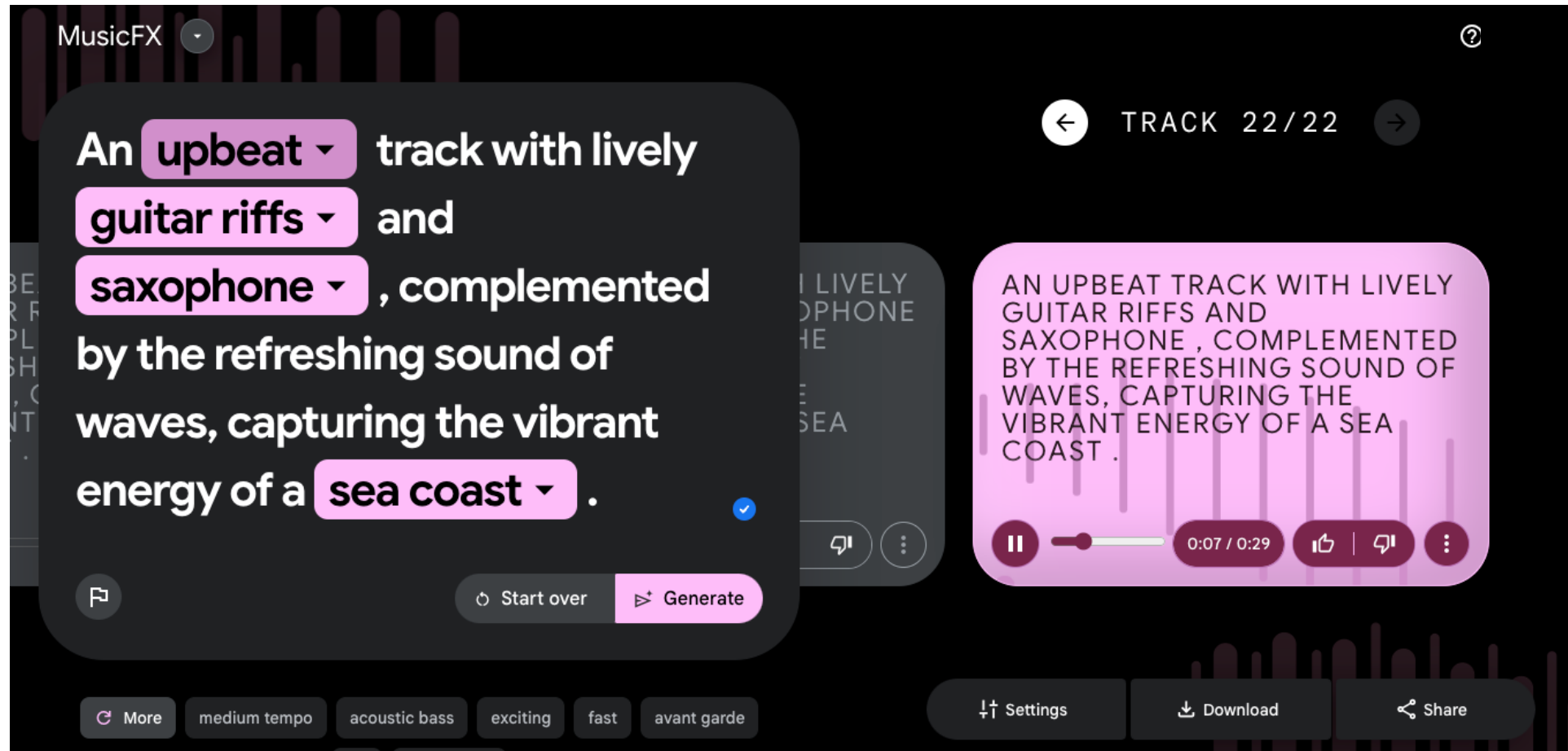
Speaker Boost *i*

To Default

Eleven Multilingual v2

Diese Stimme wurde mit Elevenlabs innerhalb weniger Minuten geklont und spricht auch verschiedene Sprachen.

# KI-Musik mit Google erzeugen (MusicFX)



# Die Entwicklung von Bild, Text und Video





# KI-Bilder werden (schneller) besser!



Midjourney V1 (2022)

# KI-Bilder werden (schneller) besser!

Ein Foto eines **alten Mannes** mit einer **grünen Jacke** und einem **grauen Bart**, der ein **weißes T-Shirt** und einen großen **roten Hut** trägt. Er steht in **New York City** an einem **sonnigen Tag** und **schaut in den Himmel**, während er eine **schwarze Tasse Kaffee** in der Hand hält.



Midjourney V5 (2023)

# KI-Bilder werden (schneller) besser!

Ein Foto eines **alten Mannes** mit einer **grünen Jacke** und einem **grauen Bart**, der ein **weißes T-Shirt** und einen großen **roten Hut** trägt. Er steht in **New York City** an einem **sonnigen Tag** und **schaut in den Himmel**, während er eine **schwarze Tasse Kaffee** in der Hand hält.



Midjourney V6 (2023)



# Filme werden sich verändern ...

## Creating video from text

Sora is an AI model that can create realistic and imaginative scenes from text instructions.

[Read technical report](#)

# Filme werden sich verändern ...





# Filme werden sich verändern ...








# Natürliche Bewegungen sind generierbar

## EMO: Emote Portrait Alive - Generating Expressive Portrait Videos with Audio2Video Diffusion Model under Weak Conditions

Linrui Tian, Qi Wang, Bang Zhang, Liefeng Bo  
Institute for Intelligent Computing, Alibaba Group

 GitHub

 arXiv

# Natürliche Bewegungen sind generierbar



# ChatGPT is so slow ...







# ChatGPT ist so langsam ...

Enter prompt here



# Neue Herausforderungen

## Privacy



Welche Daten sind ok?

## Enablement



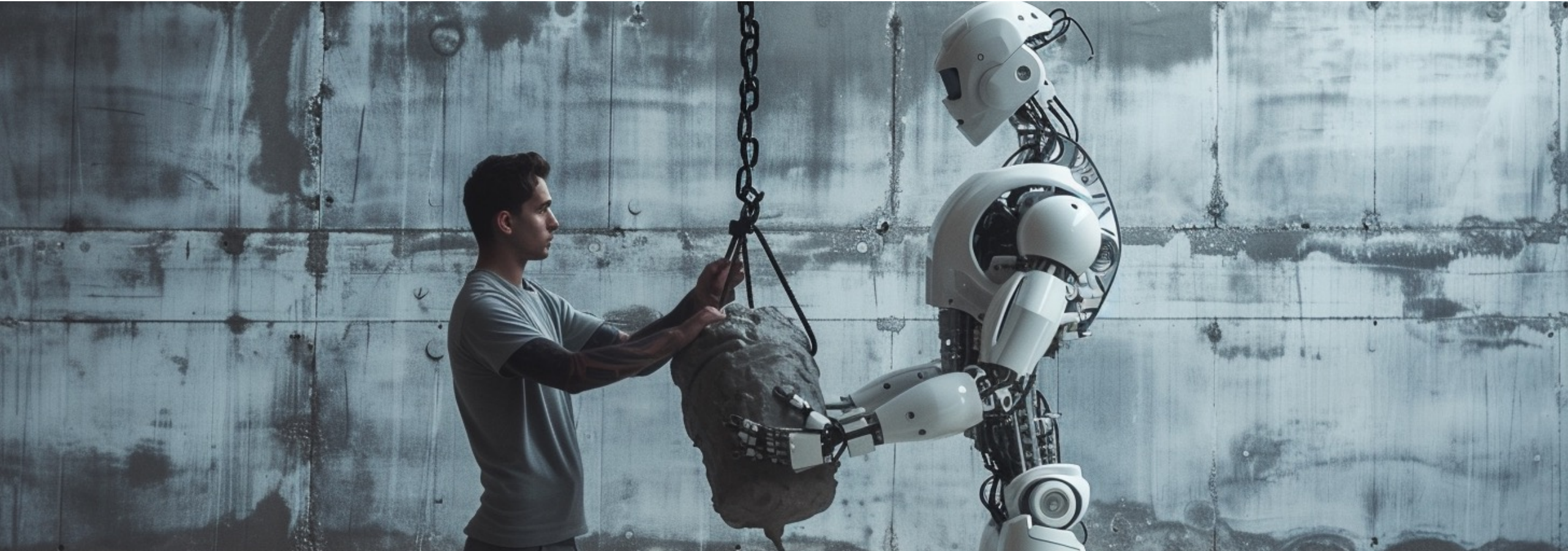
Weiterbildung

## Echte Usecases



Mehrwert finden

Alles lösbar! Wir tun es jeden Tag!



# Regel #1 – Die KI als Sparringspartner





”

***Keine Ausreden mehr!***  
*(die Tools für alle da)*

“

”

***Schlechter und teurer* wird  
generative KI nicht mehr ...**

“

“

***Bleibt neugierig!***

*Probiert aus, testet, sammelt Erfahrungen!*

”



▶ THANK YOU

# Viel Spaß mit generativer KI



Jens Polomski  
M: [hello@jens.marketing](mailto:hello@jens.marketing)  
W: [jens.marketing](https://www.jens.marketing)

