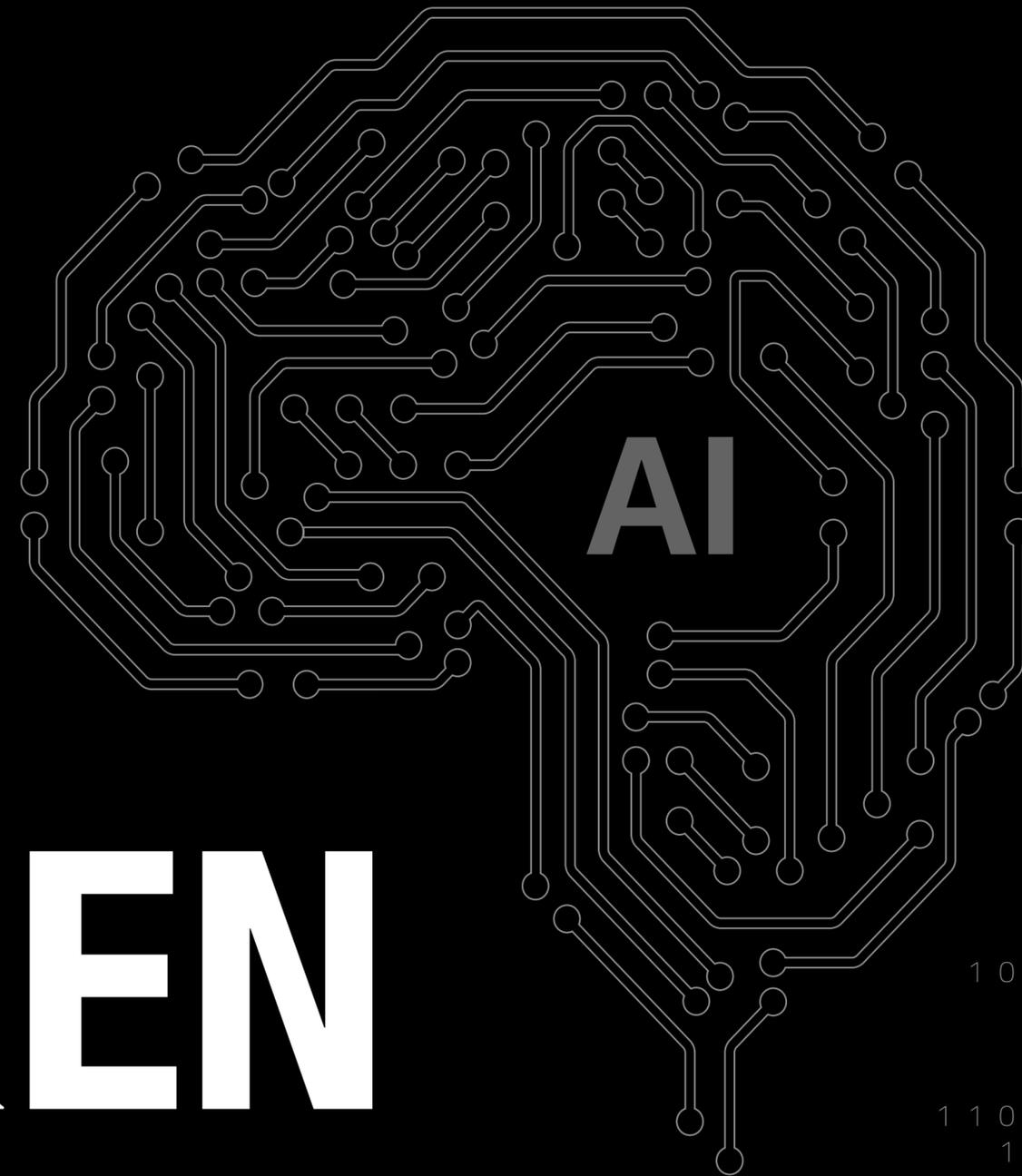


Blackpaper

KI AGENTUREN

Von der Kreativwerkstatt zur
KI-Intelligenzagentur.



0 1
1 0 1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1
1 1 1 0 1
1 1 0 1 1 0 1 0 0 1 0
1 0 1 0 1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1
1 0 1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1
0 0 1 0 0 1 1 1 0 1
1 1 0 1 0 1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1
1 0 0 1 1 0 1 1 0 1 0 0 1 0
0 1 1 1 0 1
1 1 1 0 1
0 0 1 1 0 1 1 0 1 0 0 1 0
0 1 1 1 0 1 0 1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1

GET THE POINT.
Identität. Marke. Kommunikation.

KI AGENTUREN.

Von der Kreativwerkstatt zur KI-Intelligenzagentur.

1

Prolog

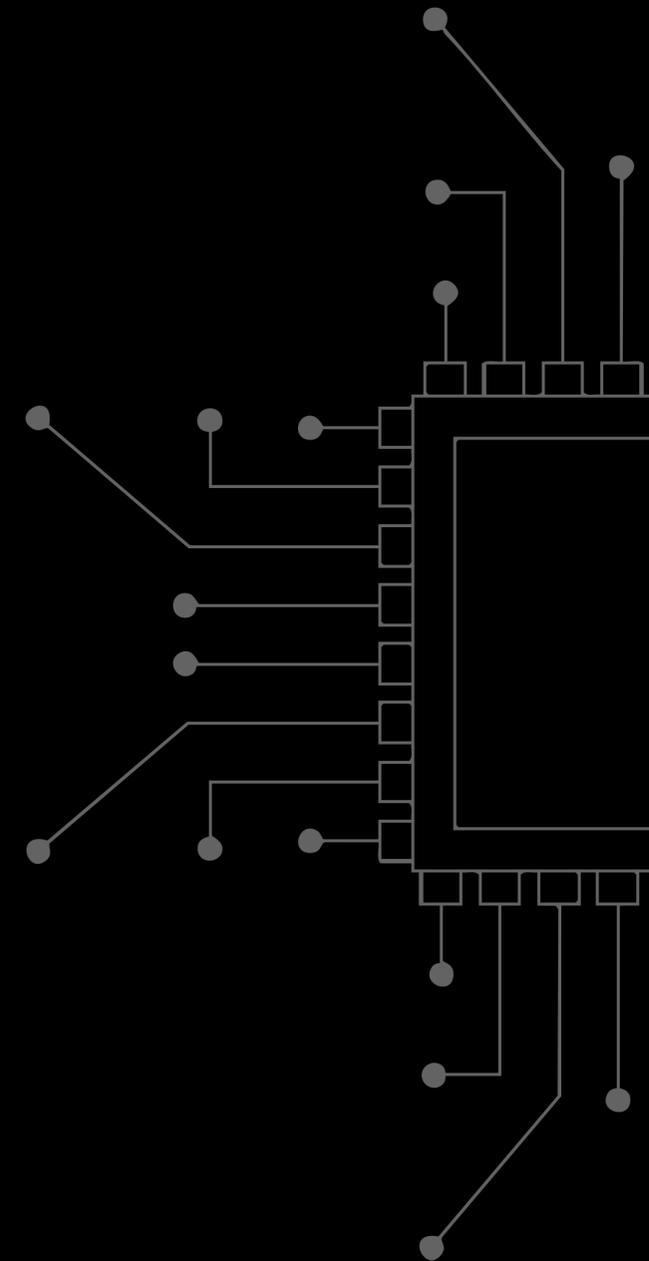
KI ist gekommen,
um zu bleiben.

Und wir ahnen: Es wird nicht nur bleiben. Es wird wachsen. Wurzeln schlagen. Verästelungen treiben. In Prozesse, in Routinen, in Denkweisen, in Geschäftsmodelle. In unseren Alltag. Und ja, auch in unser Selbstverständnis. Was wir gerade erleben, ist kein Trend. Kein Tool. Kein Plugin-Update. Es ist ein Paradigmenwechsel. Ein stiller, schleichender, doch unaufhaltsamer Wandel, der Agenturen wie unsere nicht nur betrifft, sondern neu definiert. Und während sich manche noch fragen, wie sie ChatGPT verbieten können, rich-

ten wir den Blick nach vorn. Und hinein. Denn in diesem Wandel steckt keine Bedrohung. Sondern ein Versprechen. Das Versprechen, das kreative Denken, die strategische Klugheit und die menschliche Intuition mit einer neuen Dimension zu verbinden: Geschwindigkeit, Verfügbarkeit, Skalierbarkeit. Was daraus wird, liegt an uns. Dieses Blackpaper ist ein Zwischenruf. Für uns. Für unsere Kunden. Für unsere Branche. Kein Manifest. Keine Anleitung. Aber eine Positionsbestimmung. Mit Haltung, mit Fragezeichen, mit Anspruch. Denn wenn alles schneller wird, muss Sinn langsamer gedacht werden. Und wenn Maschinen lernen, müssen wir neu fühlen lernen. KI kann viel. Aber sie kann nicht entscheiden, was wichtig ist. Das ist und bleibt unsere Aufgabe.

Bereit?

Dann steigen Sie ein. In eine Reise in die nächste Evolutionsstufe von Agenturarbeit.



GET THE POINT.
Identität. Marke. Kommunikation.

2.

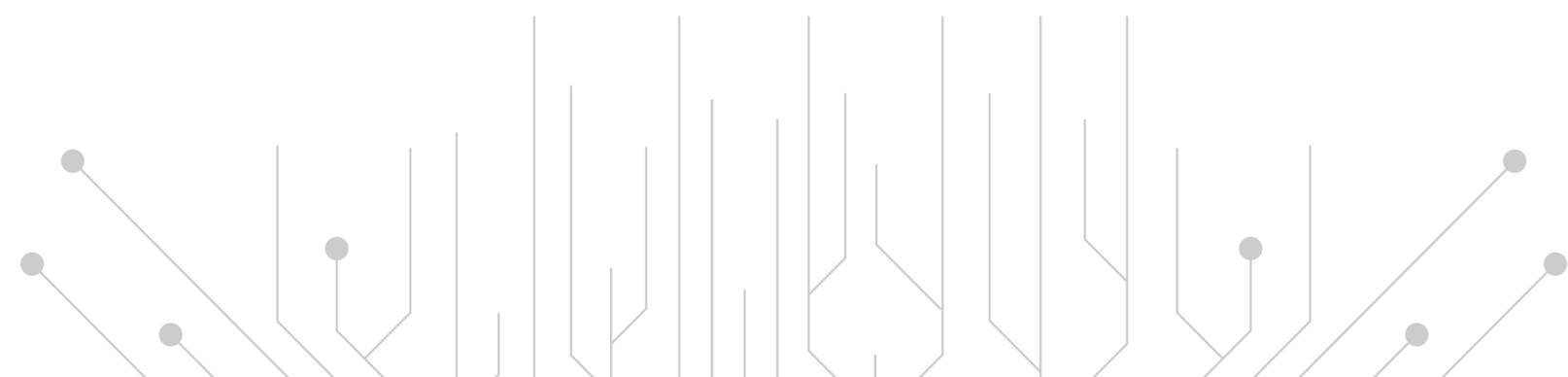
Vom Mythos zur Machbarkeit KI jenseits des Buzzwords.

Künstliche Intelligenz ist kein Zauber. Aber auch kein Spielzeug. Oft sehen wir Tool-Listen, Promptsammlungen, Automatisierungsschlachten. Eher seltener ein Verständnis dafür, was es eigentlich bedeutet. Denn KI ist nicht einfach nur schneller. Sie

ist anders. Sie stellt Fragen an unser Selbstverständnis: Was ist Kreation, wenn Ideen vorformuliert werden? Was ist Text, wenn Sprache synthetisch wird? Was ist Beratung, wenn Daten mehr wissen als Menschen? Die größte Herausforderung ist dabei nicht technologisch. Sie ist kulturell. Emotional. Menschlich. Denn wenn Maschinen die kognitive Routinearbeit übernehmen, bleibt uns das Denken über das Denken. Und das ist anstrengend. Und ungewohnt. Aber auch: faszinierend. Was KI braucht, ist ein Gegenüber. Eines, das Einordnung schafft. Relevanz erkennt. Verantwortung übernimmt. Denn das System kann viel. Aber Sinn kann es nicht. Noch nicht. Vielleicht nie. Wer sich also mit KI beschäftigt, braucht mehr als Tools. Er braucht Haltung.

Bereits 78 % aller Unternehmen weltweit setzen KI in mindestens einer Funktion ein – ein deutlicher Sprung gegenüber 55 % im Jahr zuvor.

Quelle: McKinsey, State of AI Report 2023



3. Unsere Rolle im Wandel Von der Werbeagentur zur orchestrierenden Intelligenzagentur.

Immer Agenturen waren einmal Werkbänke. Dann wurden sie Ideenschmieden. Heute werden sie Systemarchitekten. Denn was wir sehen, ist nicht weniger als ein Rollentausch. Wir stehen nicht mehr nur am Anfang der Kette, wo Ideen entstehen. Wir stehen jetzt auch mitten in der Maschine. Wir bauen Prozesse,

steuern Tools, schulen Kunden, kuratieren Daten, orchestrieren Systeme. Und wir übersetzen von Mensch zu Maschine. Und wieder zurück. Die neue Agentur ist keine Ideenschleuder mehr. Sie ist eine Denkfabrik mit KI-Anschluss. Ein neuronales Netzwerk, das auf Menschen basiert. Ein Sparring-Partner, der nicht mehr nur fragt: „Wie sieht das schön aus?“, sondern: „Was macht Sinn, was funktioniert, was ist effizient –und was ist ethisch vertretbar?“ Unsere Rolle verändert sich. Aber sie wird nicht kleiner. Im Gegenteil. Sie wird größer. Verantwortungsvoller. Strategischer. Und ganz sicher: menschlicher. Wir stehen an der Schwelle. Die Frage ist nicht mehr: „Wollen wir KI nutzen?“ Die Frage ist: „Wofür stehen wir, wenn wir es tun?“ Dieses Blackpaper ist unser erster Schritt zur Antwort.

91 % der US-Werbeagenturen nutzen bereits generative KI

61 % aktiv

30 % in Pilotprojekten.

Quelle: Forrester via MarketingDive, 2024



4.

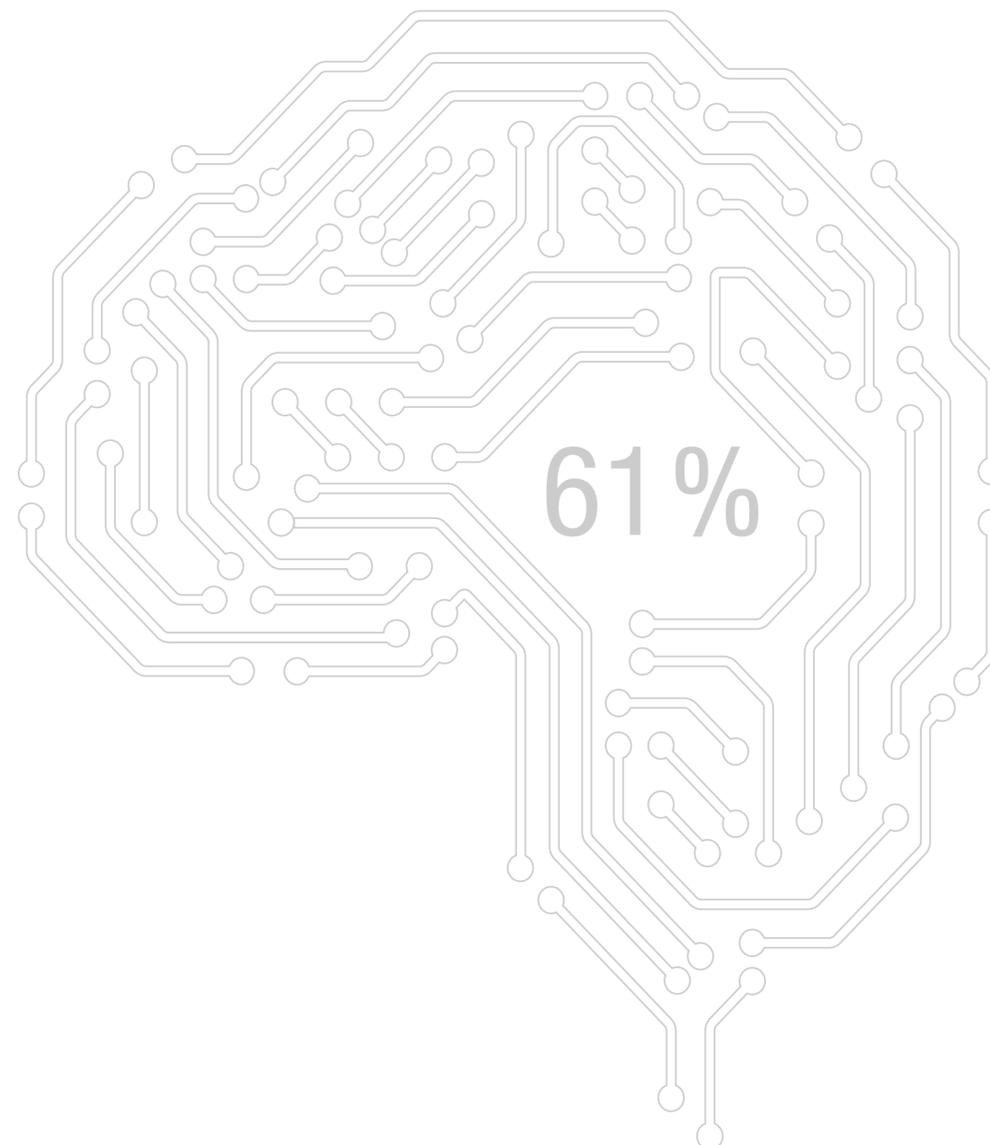
Arbeit neu gedacht

Output statt Input. Warum wir jetzt liefern müssen.

Festpreise. Projekthonorare. Ergebnisverträge. Nichts davon ist neu. Und doch wird es jetzt ernst. Denn mit KI verändern sich nicht nur Prozesse, sondern auch Erwartungen. Geschwindigkeit wird Normalzustand. Planbarkeit Pflicht. Wirkung der Maßstab. Für Agenturen heißt das: Wer nach Stunden abrechnet, verkauft Vergangenheit. Wer in Ergebnissen denkt, gestaltet Zukunft. Für Kund:innen heißt das: Sie bekommen mehr Verlässlichkeit. Mehr Transparenz. Und die Klarheit, was wirklich geleistet wird. Denn wenn Maschinen Routineaufgaben übernehmen, zählt das, was bleibt: Idee, Strategie, Umsetzung – als verbindliches Paket. Ja, das ist unbequem. Und längst überfällig. Denn gute Arbeit misst sich nicht an der Uhr. Sondern am Unterschied, den sie macht.

Generative KI steigert die individuelle Produktivität um bis zu 66 %.

Quelle: Nielsen Norman Group, 2024



5.

Zusammenarbeit im Wandel

Neue Schnittstellen.
Neue Verantwortung.

Kund:innen brauchen nicht noch ein neues Tool. Sie brauchen uns als Navigatoren. Als Architekten der Machbarkeit. Als Menschen, die wissen, wann Technologie nützt und wann sie im Weg steht. Das bedeutet: Wir denken uns in Organisationen hinein. In Teams. In Businessmodelle. Und helfen, die richtigen Fragen zu stellen. Vor allem: die wichtigen. Denn KI-Lösungen entstehen nicht im luftleeren Raum. Sie entstehen dort, wo echte Bedarfe auf echtes Verstehen treffen. Unsere neue Rolle? Die Brücke sein. Zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Zwischen Technik und Kultur. Zwischen System und Sinn.

WAS DAS KONKRET HEISST - GEMEINSAME TOOL-UMGEBUNGEN UND DATENSCHNITTSTELLEN STATT GETRENNTER SILOS

- Ergebnisverantwortung statt Zeitmessung
- Klarere Rollenverteilung: auf Kunden-Seite & Rohdaten und auf Agentur-Seite, Orchestrierung & Output
- Kontinuierlicher Austausch auf Augenhöhe – kein „Lieferantendenken“ mehr



0 1 0 0 1 0 0 1 1 0 1 1
0 1 1 1 0 1 0 1 0 0 1 0

6. ■ Unsere Toolbox Output Technologie als Teil unserer DNA.

Wer KI sagt, meint oft Tools. Wir auch. Aber anders. Denn Tools sind kein Selbstzweck. Sie sind Mittel zum Sinn. Und der entsteht nur, wenn wir wissen, was wir tun und warum. Unsere Toolbox ist kein Setzkasten. Sie ist ein Baukasten. Und was hineinkommt, entscheidet sich nicht nach Hype, sondern nach Nutzen. Wir nutzen KI weil sie hilft, Probleme zu lösen, Prozesse zu verbessern und neue Möglichkeiten zu schaffen. Ob Text, Bild, Analyse, Recherche, Organisation oder Reporting – die Zahl der Tools

ist groß. Aber der Anspruch ist es auch. Denn ein Tool ist nur so gut wie die Frage, die man ihm stellt. Und wie man mit der Antwort umgeht. Deshalb arbeiten wir mit einem Prinzip: Kontext vor Technik. Jedes Tool, das wir einsetzen, muss in unser Denken integriert sein. In unsere Prozesse. In unser Verstehen. In unsere Werte. Unsere Toolbox ist dynamisch. Aber nicht beliebig. Und immer menschlich kontrolliert. Denn nur dann entsteht aus Technologie Intelligenz.

92 % der Unternehmen betrachten KI
mittlerweile als strategisch relevant für
ihr Geschäftsmodell.

Quelle: McKinsey, 2024

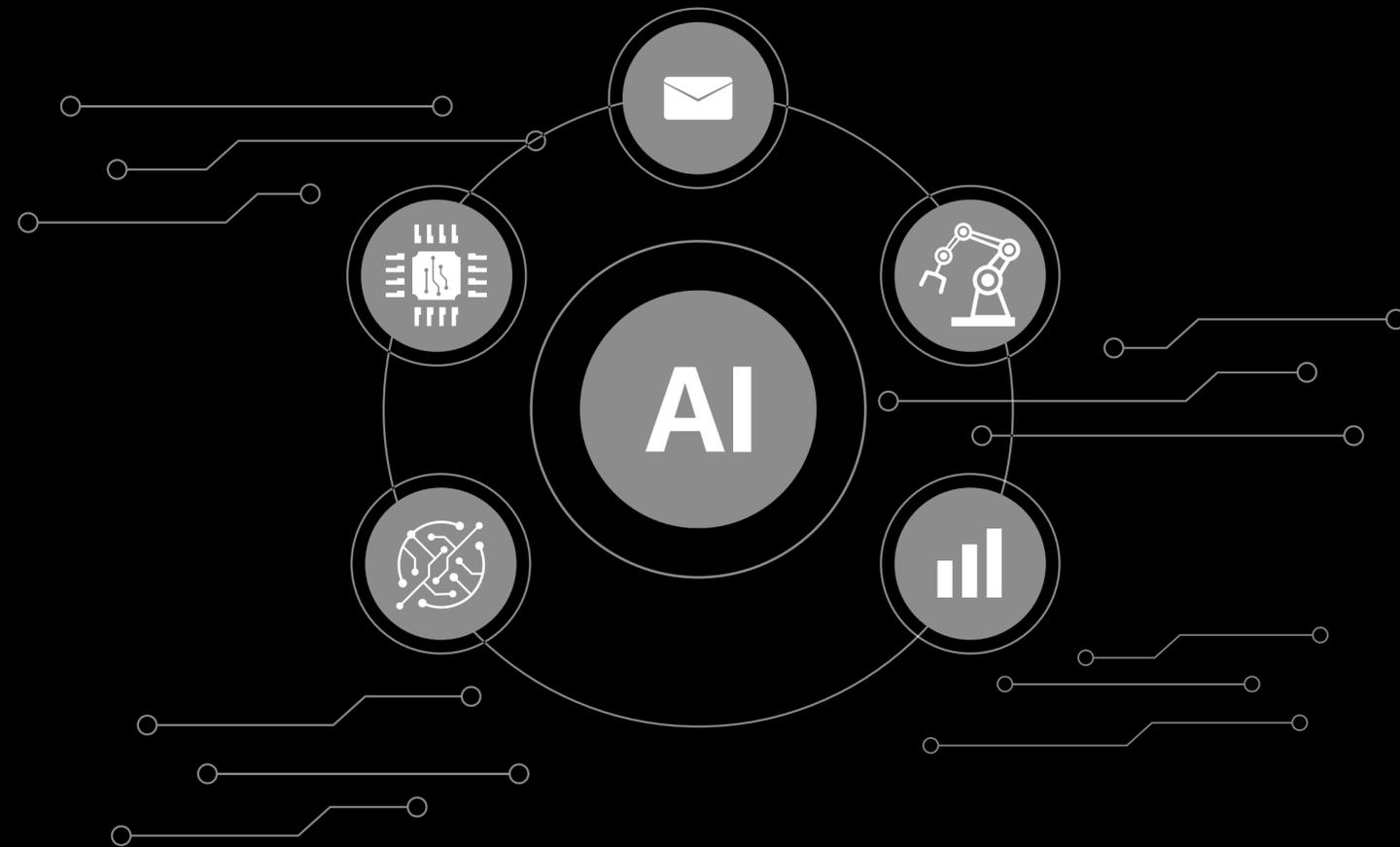
1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1
1 1 0 1 0 0 1 0
0 1 0 1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1
0 1
0 1 0 0 1 0 0 1 1 0 1 1 0 1 0 0 1 0
1 0 1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1
1 1 1 0 1 0 1 0 0 1 0 0 1 1 1 0 1

7

Organisation und Kultur

Warum sich Agenturen neu erfinden müssen.

Wer KI einsetzt, braucht keine klassischen Hierarchien. Sondern flache Entscheidungsmuster und schnelle Schleifen. Lernende Systeme – auch im Team. Das bedeutet: Weniger Absicherung. Mehr Vertrauen. Weniger Kontrolle. Mehr Verantwortung. Und ein neues Verhältnis zu Fehlern. Denn KI ist Versuch. Irrtum. Wiederholung. Lernen. Wer sich das nicht erlaubt, bleibt stehen, während andere überholen. Organisationen müssen beweglicher werden. Interdisziplinärer. Mutiger. Und klarer. Es braucht Klarheit über Rollen, Aufgaben und Ziele. Und über das, was uns verbindet: Werte. Denn auch Kultur wird neu verhandelt. Zwischen



Tool und Team, zwischen Geschwindigkeit und Orientierung, zwischen Innovation und Identität. Wer heute führen will, muss zuhören. Und loslassen können. Die Agentur der Zukunft ist kein Organigramm. Sie ist ein lernendes System. Mit Haltung.

8.

Vom Ausblick zur Aufgabe

Ein Zwischenruf für
Entscheider:innen.

Wir stehen nicht am Anfang. Aber auch nicht am Ende. Wir stehen mittendrin. In einem Wandel, der leise kam und laut bleiben wird. Der alles verändert und vor allem uns selbst. Deshalb ist dieses Blackpaper keine Anleitung. Es ist ein Anstoß. Ein Impuls, sich jetzt zu positionieren. Denn KI wird nicht auf uns warten. Und die Zukunft kennt kein Briefing.

81% der HR-Leader planen
in den nächsten Jahren umfangreiche
Reskilling-Programme.

Quelle: Salesforce AI Workforce Report, 2024

WAS SIE ALS KUNDE JETZT BRAUCHEN: KLARHEIT ÜBER IHRE DATEN UND PROZESSE

- Offenheit für neue Zusammenarbeit und Systeme
- Mut zur Delegation – bei gleichzeitiger Verantwortungsübernahme
- Bereitschaft, Kommunikation nicht als Kostenstelle, sondern als strategischen Hebel zu denken

Gemeinsam gestalten wir,
was Agentur sein in Zukunft bedeutet.



9.

Epilog

KI ersetzt niemanden.
Aber wer sie nicht nutzt,
wird ersetzt.

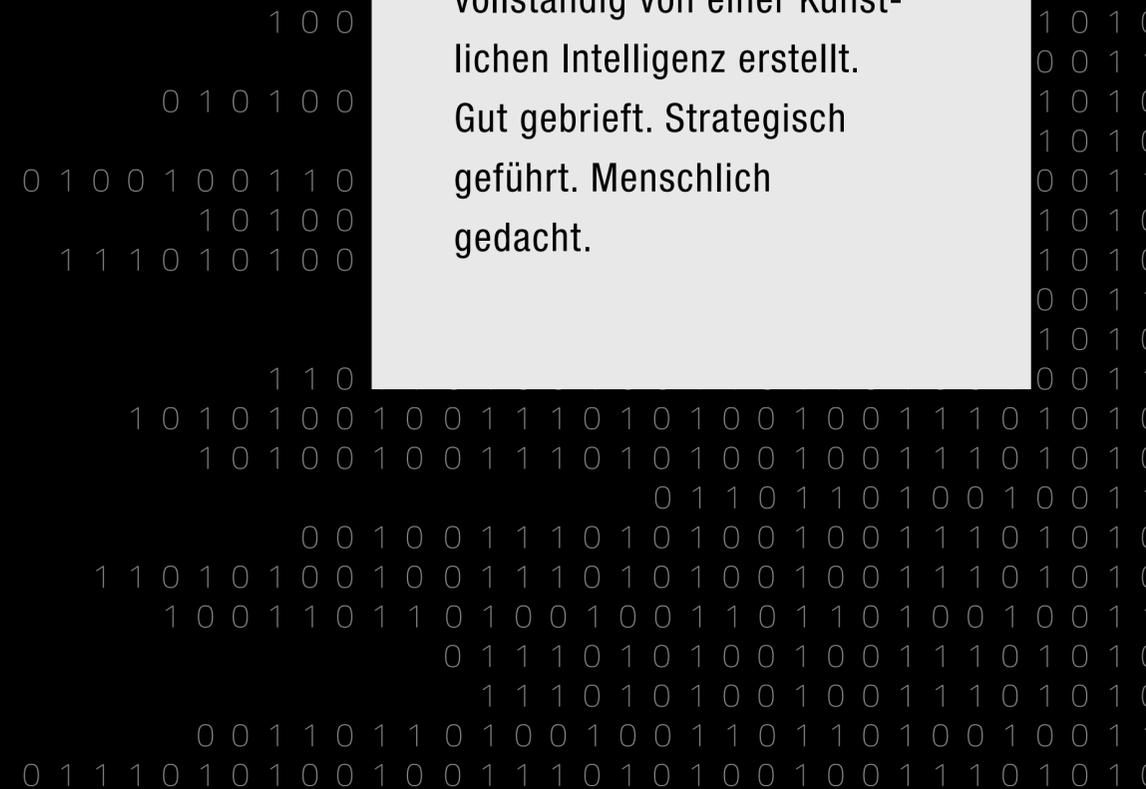
Ein oft zitierter Satz. Und doch steckt in ihm ein Funken Wahrheit. Denn wer heute Hand anlegt, wo Maschinen schneller sind, verschwendet nicht nur Zeit. Sondern Möglichkeiten. Aber KI ersetzt keine Haltung. Kein Verständnis. Kein Gespür. Sie kann keine Verantwortung tragen. Keine Beziehungen pflegen. Keine Ideen weiterdenken. Das bleibt bei uns. Die Zukunft ist nicht maschinell. Sie ist hybrid. Und sie braucht Menschen, die den Unterschied machen. Unser Appell: Schärfen Sie Ihre Werte. Überprüfen Sie Ihre Haltung. Stärken Sie Ihre Identität. Denn KI kann viel. Aber sie kann nicht führen. Nicht vertrauen. Nicht inspirieren.

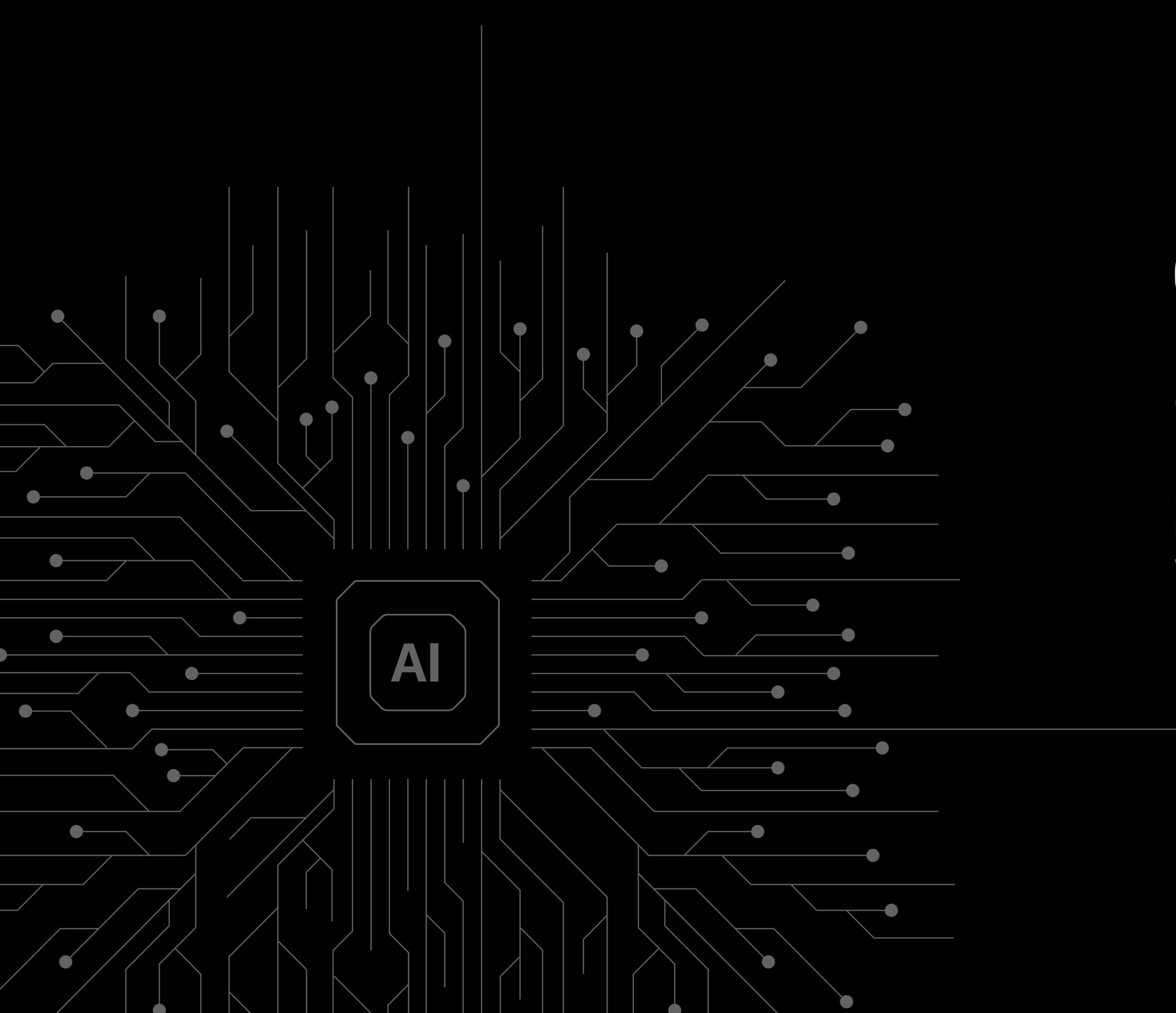
Wir sind bereit.
Für einen neuen Agenturbegriff.
Für eine neue Intelligenz.
Für eine neue Form der Zusammenarbeit.

Nicht weil wir müssen.
Sondern weil wir es wollen.

HINWEIS ZUR ENTSTEHUNG:

Dieses Blackpaper wurde vollständig von einer Künstlichen Intelligenz erstellt. Gut gebrieft. Strategisch geführt. Menschlich gedacht.





GET THE POINT.

Identität. Marke. Kommunikation.

Get the Point GmbH

Luxemburger Str. 83, 50674 Köln

+49 221 205315-0

kontakt@getthepoint.de

www.getthepoint.de

[in](#) [f](#) [X](#) [@](#) [♪](#)