

Die Zukunft der Künstlichen Intelligenz im Mediendesign

Der Setzer oder Gestalter muss sich inzwischen selbstkritisch die Frage stellen, wie originell und kreativ seine Arbeiten sind, um der KI etwas entgegenzusetzen. Man kann im Medien-Design drei Marktbereiche unterscheiden:

Kreativ-Gestaltung

Eine wenig vorhersehbare Design-Linie, die neue Ideen realisiert und auf der Höhe der Zeit agiert. Hier geht es weniger um das Einhalten von Gestaltungsregeln oder um Systematik sondern um die Realisierung einer besonderen Idee. Der Designer fungiert hier als Ideengenerator und Trendsetter.



Systematische Gestaltung

Überall dort, wo Gestaltungssysteme wie Corporate Designs oder etwa bei der Buch- oder Broschürene Gestaltung Gestaltungsraaster zum Einsatz kommen, geht es um eine rationale Auffassung von Design. Zentral ist das Gestalten, Einsetzen und Ausführen von Gestaltungsgesetzen und -Regeln. Der Designer fungiert hier auch als Design-Manager.

Standard-Gestaltung

Kann man davon ausgehen, dass im Kreativ-Design und im System-Design Professionalität und Besonderheit gefragt sind, gibt es einen dritten Bereich, in dem das nicht ausgeprägt der Fall ist. Es gibt viele Drucksachen, die lediglich ein Mindestmaß an Gestaltung erfüllen sollen, die öfter auch nicht von Designern gestaltet werden sondern von Gestaltungs-Laien. Es gibt darüber hinaus einen riesigen Markt für nach einem festen Erscheinungsbild gestaltete Drucksachen. Dieser Markt nutzt seit einigen Jahren auch Templates als Gestaltungsvorlagen. Im Web-Design sind Design-Baukästen wie „Joomla“ oder „Wix“ längst etabliert. Ein Teil der Arbeit wird hier vom System erledigt. Im Drucksachenbereich haben sich solche Onlinebaukästen noch nicht stark durchgesetzt. Es gibt sie als Spezialanwendungen etwa für die Gestaltung von Visitenkarten oder in Form von „Canva“, eines Baukastens, mit dem man auch Drucksachen online gestalten kann. Druckereien bieten Musterdateien mit angelegten Satzspiegeln und Hilfslinien an.

Automatisierte Gestaltung

Den Teil des arbeitsintensiven Grundkonzeptes kauft man nicht nur als Template oder Baukasten ein: Verlage nutzen Systeme wie das „Quark Publishing System“ als Redaktionssystem für Quark-X-Press, oder „InCopy“ im Zusammenspiel mit InDesign. In solchen Redaktionssystemen sind Schritte automatisiert. Ein anderer Bereich sind Softwaresysteme, die Produkte und Produkttexte für die Katalogproduktion aus Datenbanken übernehmen. Mit dem Einsatz Künstlicher Intelligenz wird dies einen Schub bekommen. Für den Designer hat automatisierte Gestaltung zwei Seiten:

KI-Konkurrenz

Zum einen könnten hochgradig strukturierte Drucksachen, vor allem einfach standardisierte und gut systematisierbare Gestaltungskonzepte, durch KIs ausgeführt werden. Das gilt übrigens nicht nur als qualitative Kategorie sondern auch quantitativ: Je umfangreicher ein Werk, desto mehr kann die KI ihre Schnelligkeitsvorteile ausspielen.

Die KI als Möglichkeit

Die KI ist gut beim Standard-Design. Überall dort, wo es nicht um den ganz großen Designentwurf geht. Sie nimmt dabei zweifelsfrei dem Menschen lästige Arbeiten ab, beschleunigt vieles. Es ist nicht davon auszugehen, dass zukünftig bei jeder Gestaltung oder jeder Druckvorlage noch die Gestalterhand im Spiel ist.

KI in der Gegenwart

In Programmen wie Photoshop oder InDesign sind KI-Funktionen enthalten, etwa wenn es um Freisteller oder Bildausschnitte geht. Die Gegenwart der KI in der Gestaltungssoftware ist noch rudimentär. All das, was sich Designer seit Jahrzehnten wünschen – mehr Komfort, mehr Intelligenz und Vereinfachung der Arbeitsschritte in der Anwendersoftware – scheint aber endlich wahr zu werden. Einfache KIs können also Stück für Stück Teilaufgaben in vorhandenen Programmen übernehmen.

KI-Vorstufe

Das kleine Faltblatt, der elementintensive Angebotsprospekt oder der dicke Katalog – das sind sehr unterschiedliche Drucksachen mit einer Gemeinsamkeit: sie lassen sich gut standardisieren. Die Abläufe für ihre Erstellung lassen sich in eine maschinengerechte Systematik bringen. Heute kann man solche Abläufe über den Einsatz von Templates oder Database-Publishing beschleunigen, vereinfachen und in großen Teilen der Technik überlassen. Zukünftig kann jede Design-Systematisierung durch die KI effizienter gestaltet und beschleunigt werden. Microsoft baut seine Powerpoint-Präsentationssoftware zum Gestaltungsgenerator um. Die KI erhält betriebswirtschaftliche Daten und lässt PowerPoint automatisiert Charts, Tabellen, Übersichten und Infografiken gestalten. Dieses Prinzip, Daten von einer KI aufbereiten zu lassen, hat Zukunft.

Fazit

Im Marketing geht es immer um die besondere Positionierung, im besten Fall um eine Alleinstellung. Ambitionierte Designer, die Ideen haben, werden deshalb auch zukünftig einen Markt für ihre Kreationen finden. Durchschnittsgestaltung und strukturiertes Design werden von der KI gestaltet werden. Bis jedoch die Künstliche Intelligenz eines Tages perfektioniert ist, wird es einen großen Bedarf an Designern geben, die die KI bedienen, die Designkonzepte kreieren, sie beaufsichtigen und korrigieren. Dies werden aber vor allem hoch qualifizierte Arbeitsplätze sein, während das Gros der Mengen-Arbeiten vermutlich von der KI erledigt wird.

