langesicht

Ich wünsche Dir viel Spaß mit der Präsentation und beim Ausprobieren der KI-Tools und Workflows.

Marcus Lange - Inhaber der Langesicht-Filmproduktion

Hier geht es zur Aufzeichnung

WICHTIGER HINWEIS ZU NUTZUNG

Diese Präsentation ist Eigentum der Langesicht I Filmproduktion und darf nicht an Dritte weitergeben werden, außer es wurde schriftlich von Langesicht Filmproduktion zugestimmt.

langesicht

GenAI und Deepfakes

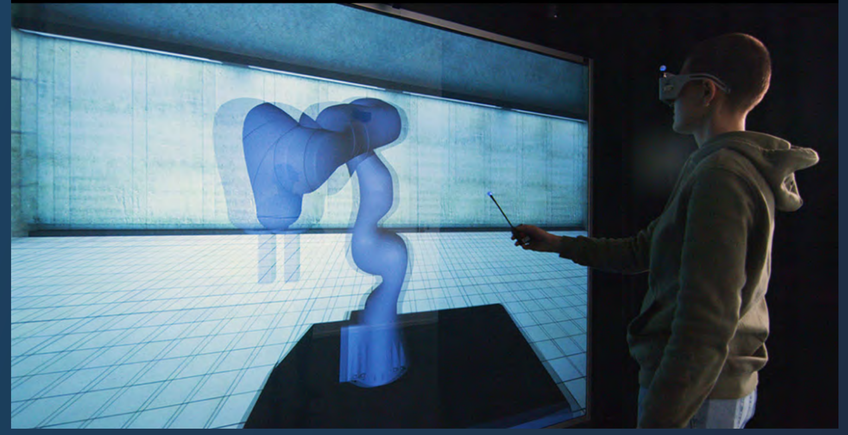
Wenn Realität optional wird

langesicht

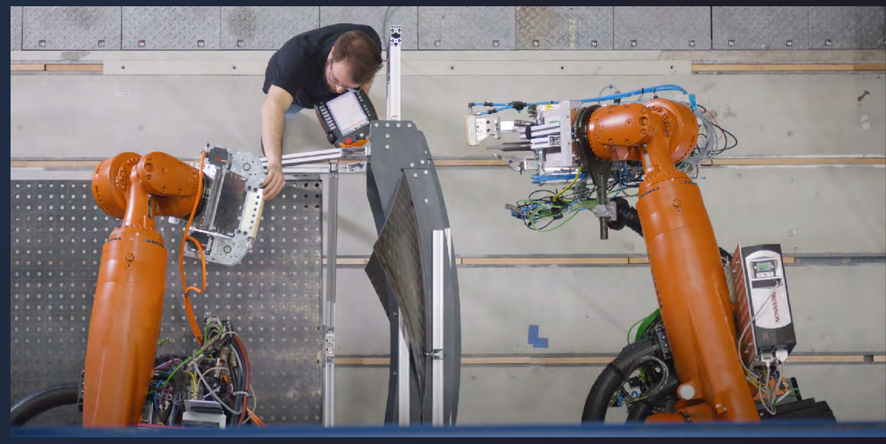
Videoproduktion für visionäre B2B Unternehmen und Institutionen

Wir machen Zukunft sichtbar mit hybridem Videomarketing

🎬 Video | ✨ 3D-Visuals | KI-Content



Tech, Industrie, Bildung, Medizin, Sozialer Bereich



Unser Foto- und Videostudio

Unser Büro im Sigma-Park Augsburg

langesicht

ENTWICKLUNG VIDEO-KIS

langesicht

Quelle: https://tenor.com

Video-KIs im März 2023

Video in der Aufzeichnung ansehen

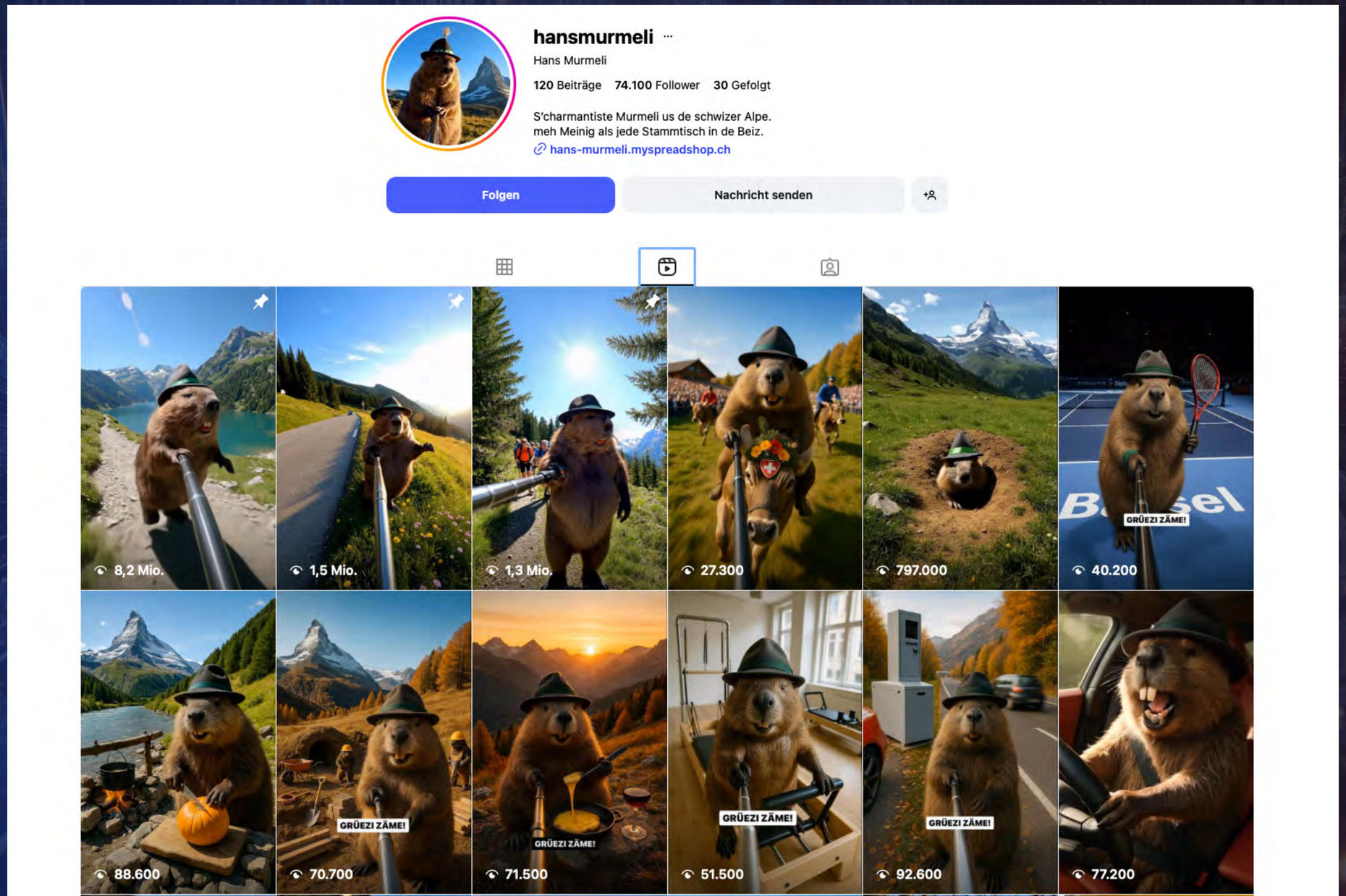
Video in der Aufzeichnung ansehen

Video in der Aufzeichnung ansehen

langesicht

REICHWEITE MIT VIDEO-KIS

langesicht


hansmurmeli
Hans Murmeli
120 Beiträge 74.100 Follower 30 Gefolgt
S'charmantiste Murmeli us de schwizer Alpe.
meh Meinig als jede Stammtisch in de Beiz.
hans-murmeli.myspreadshop.ch
Folgen
Nachricht senden
8,2 Mio.
1,5 Mio.
1,3 Mio.
27.300
797.000
40.200
GRÜEZI ZÄME!
88.600
70.700
71.500
51.500
92.600
77.200

Video in der Aufzeichnung ansehen

langesicht

FAKE VIDEOS

langesicht

Video in der Aufzeichnung ansehen

langesicht

Video in der Aufzeichnung ansehen

langesicht

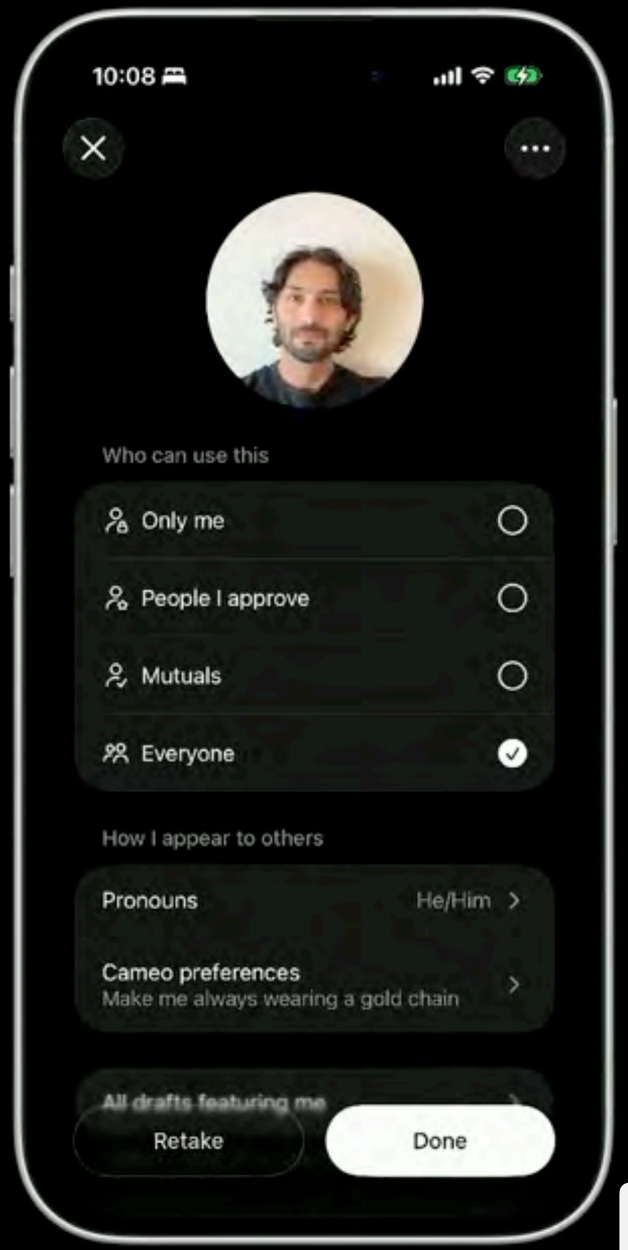
DEEP FAKES*

*Deepfakes sind mittels künstlicher Intelligenz (KI) erzeugte, täuschend echte gefälschte Bilder, Videos oder Audiodateien

langesicht

SORA APP
(SOZIAL NETWORK)

Video in der Aufzeichnung ansehen

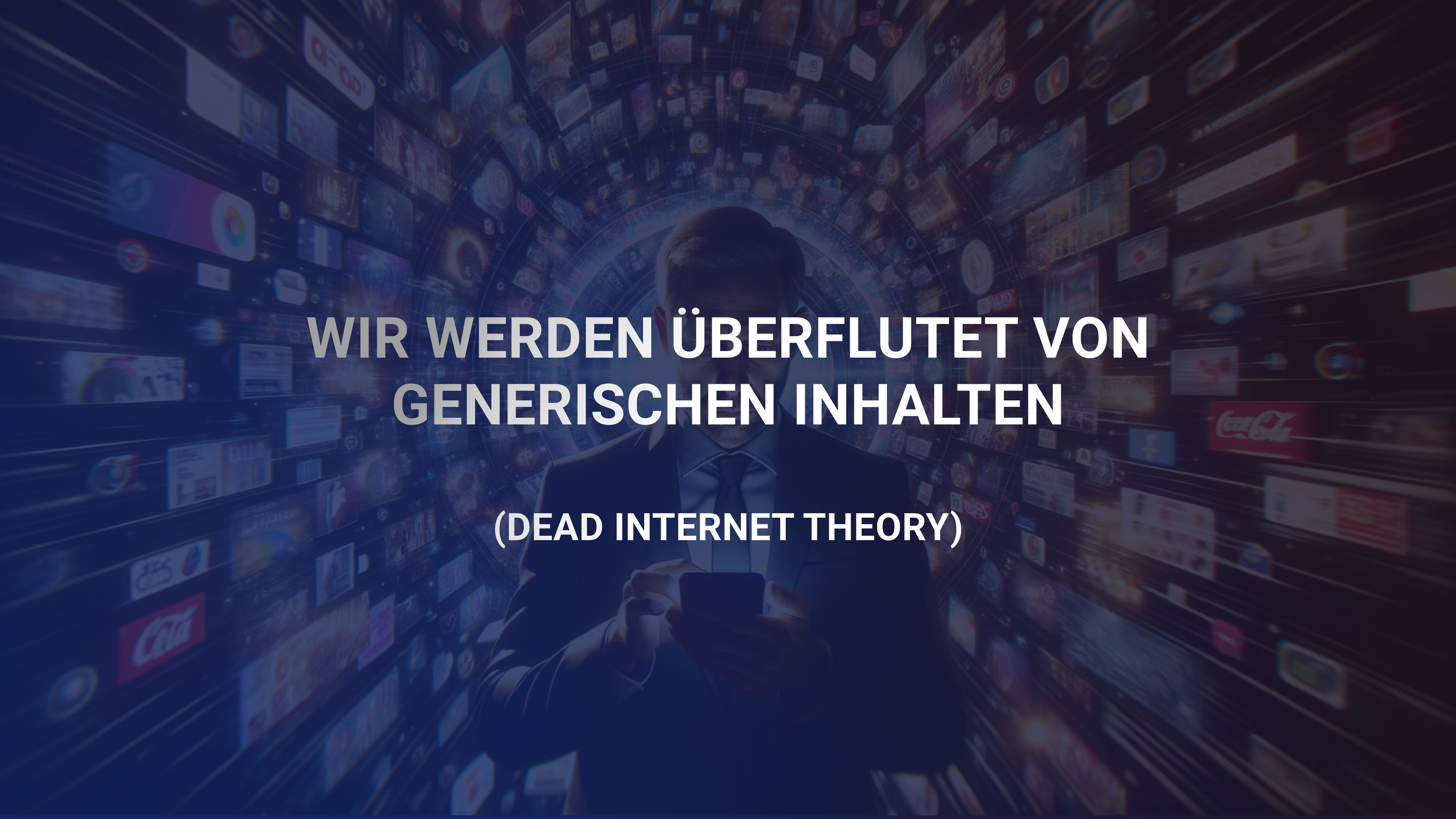


Video in der Aufzeichnung ansehen

Video in der Aufzeichnung ansehen

langesicht

Video in der Aufzeichnung ansehen



WIR WERDEN ÜBERFLUTET VON GENERISCHEN INHALTEN

(DEAD INTERNET THEORY)

langesicht

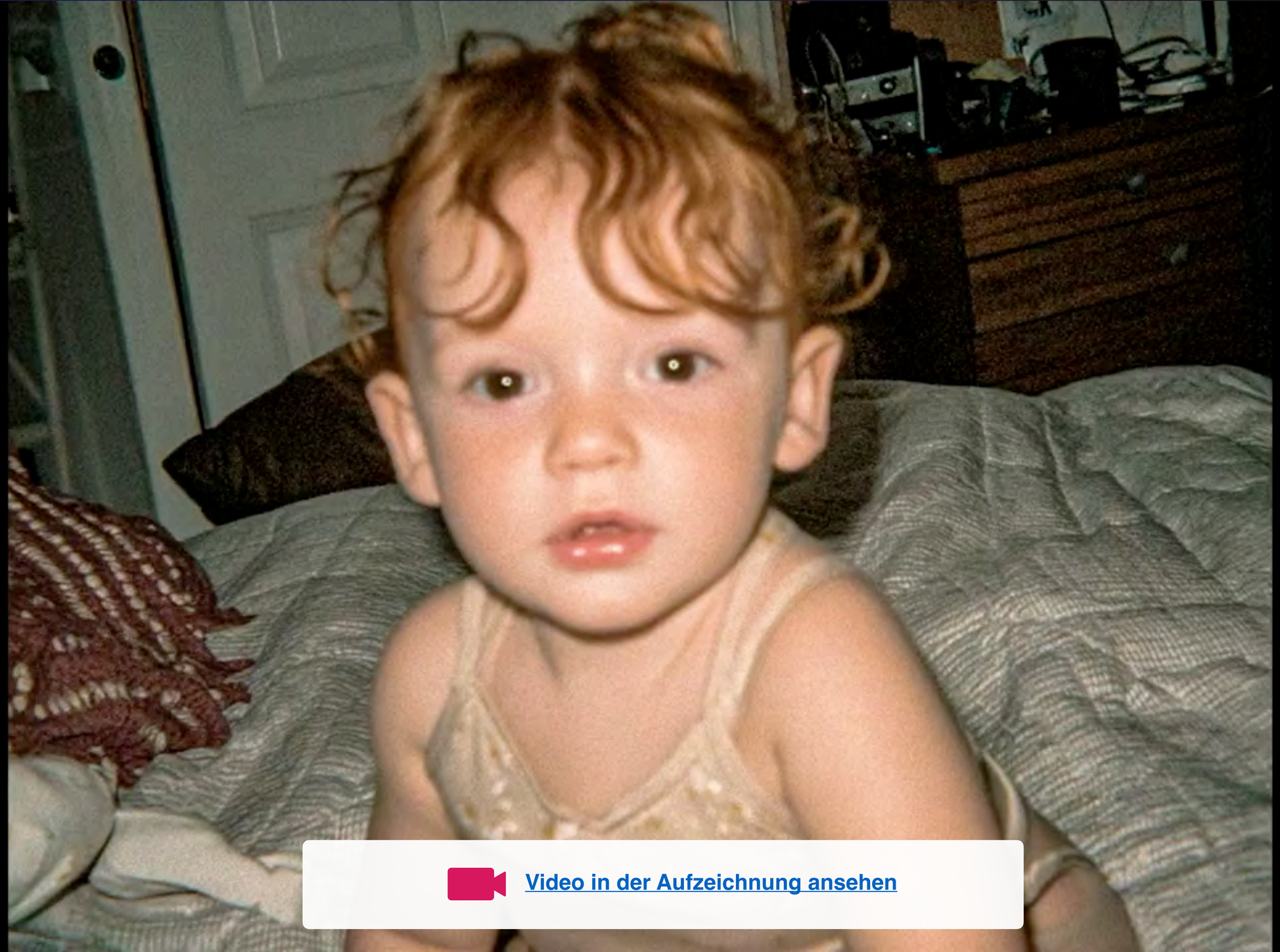
SH*T IN.
SH*T OUT.

Die KI kann nur so gut arbeiten, wie Du sie fütterst.

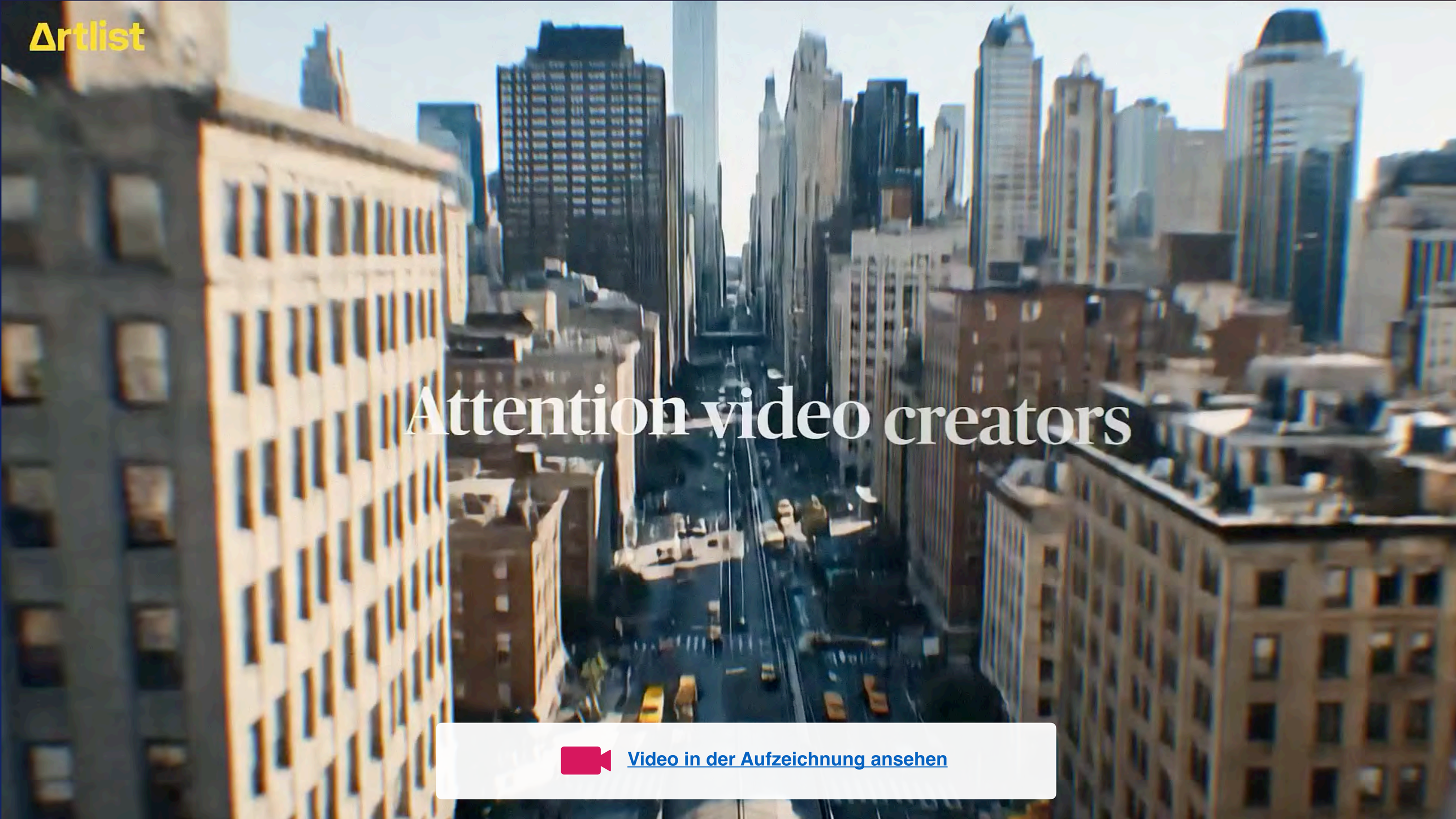
langesicht

GENIUS IN.
GENIUS OUT.

Mit dem richtigen System, Prompts, Tools.



Video in der Aufzeichnung ansehen


Artlist
Attention video creators
Video in der Aufzeichnung ansehen

langesicht

GROßE WERBEFILM PRODUKTION FÜR ARTLIST

klassisch

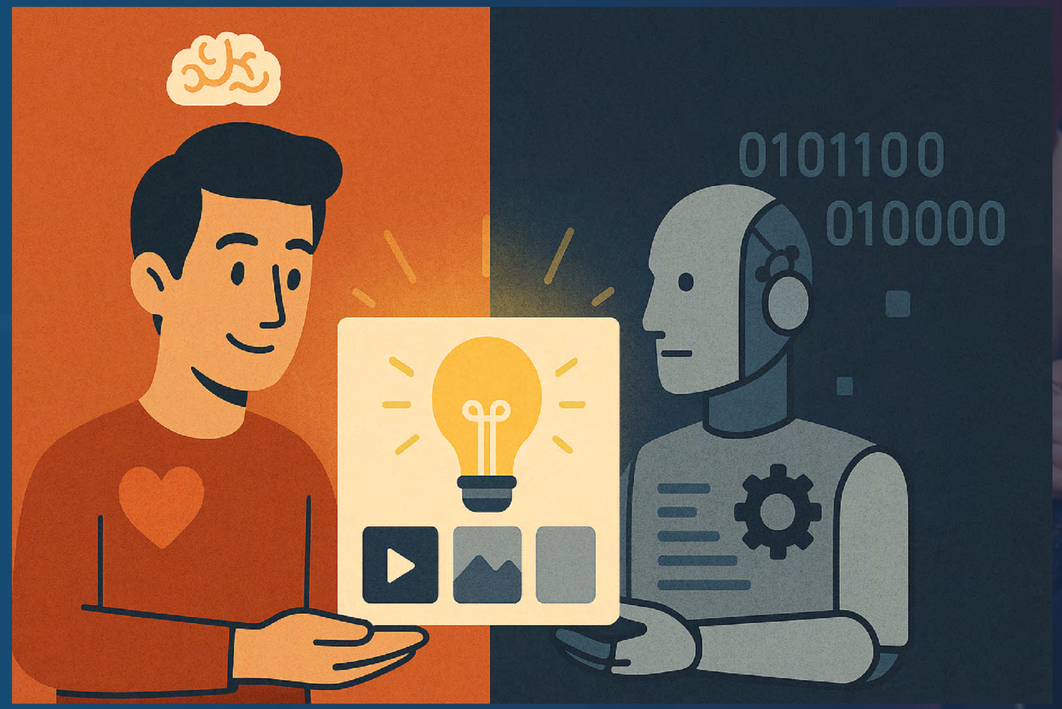
350.000 $
3 MONATE

Mit KI

25.000 $
14 TAGE

Unsere Lösung

Hybride Videoproduktion: Authentizität trifft auf moderne Technologie (VFX + KI)



Wir arbeiten strategisch und effizient

Der 5-Phasen-Prozess

Phase 1
Zielsetzung

- Unternehmensanalyse
- Unternehmensziele
- Kampagnenziele
- Anforderungskatalog
- Projektzeitplan

Phase 2
Zielgruppen-analyse

- Zielgruppendefinition
- Zielgruppenquellen
- Zielgruppenbefragung
- Zielgruppenverhalten
- Konkurrenzanalyse
- ZGP-Analyse

Phase 3
Konzeption und Story

- 3 Grobkonzepte
- Konzeptpräsentation
- Konzeptausarbeitung
- Visuelles Storyboard
- Video Style
- Effekte & Musik

Phase 4
Dreh, Produktion

- Detaillierter Drehplan
- Videoproduktion
- Making-of-Aufnahmen
- Tonaufnahmen
- Postproduktion
- Korrekturschleifen

Phase 5
Marketing Assets

- Ausgabe für Webseite
- Social Media Container Anpassungen
- LinkedIn Anpassungen
- Kurzversion + Reels
- Untertitelung

6-10 Wochen

Wir arbeiten strategisch und effizient

Der 5-Phasen-Prozess

Unterstützt durch KI

Phase 1
Zielsetzung

- Unternehmensanalyse
- Unternehmensziele
- Kampagnenziele
- Anforderungskatalog
- Projektzeitplan

Phase 2
Zielgruppen-analyse

- Zielgruppendefinition
- Zielgruppenquellen
- Zielgruppenbefragung
- Zielgruppenverhalten
- Konkurrenzanalyse
- ZGP-Analyse

Phase 3
Konzeption und Story

- 3 Grobkonzepte
- Konzeptpräsentation
- Konzeptausarbeitung
- Visuelles Storyboard
- Video Style
- Effekte & Musik

Phase 4
Dreh, Produktion

- Detaillierter Drehplan
- Videoproduktion
- Making-of-Aufnahmen
- Tonaufnahmen
- Postproduktion
- Korrekturschleifen

Phase 5
Marketing Assets

- Ausgabe für Webseite
- Social Media Container Anpassungen
- LinkedIn Anpassungen
- Kurzversion + Reels
- Untertitelung

6-10 Wochen

Wir arbeiten strategisch und effizient

Der 5-Phasen-Prozess

Unterstützt durch KI

Phase 1
Zielsetzung

- Unternehmensanalyse
- Unternehmensziele
- Kampagnenziele
- Anforderungskatalog
- Projektzeitplan

Phase 2
Zielgruppen-analyse

- Zielgruppendefinition
- Zielgruppenquellen
- Zielgruppenbefragung
- Zielgruppenverhalten
- Konkurrenzanalyse
- ZGP-Analyse

Phase 3
Konzeption und Story

- 3 Grobkonzepte
- Konzeptpräsentation
- Konzeptausarbeitung
- Visuelles Storyboard
- Video Style
- Effekte & Musik

Phase 4
Dreh, Produktion

- Detaillierter Drehplan
- Videoproduktion
- Making-of-Aufnahmen
- Tonaufnahmen
- Postproduktion
- Korrekturschleifen

Phase 5
Marketing Assets

- Ausgabe für Webseite
- Social Media Container Anpassungen
- LinkedIn Anpassungen
- Kurzversion + Reels
- Untertitelung

6-10 Wochen

ZIELGRUPPE ANALYSIEREN MIT

CUSTOMS GPTs, GEMS...

Phase 2: Zielgruppenanalyse

langesicht

GENIUS IN.
PROMPTS.

langesicht

GENERELLER PROMPT–AUFBAU FÜR CHAT GPT-5

1. Rolle vergeben

Du bist…[Marketingexperte, Verkaufspsychologe…]

2. Die Aufgabe

Erstelle mir ein Konzept für..
Analysiere meine Zielgruppe…
Gib mir Feedback zu…

3. Der Kontext

(Ziel, Zielgruppe…)
z.B. verkaufsförderndes Videokonzept für die Zielgruppe Industrieunternehmen…

4. Denkaufforderung / Denkspezifikation

Angeben aus welcher Perspektive es betrachtet werden soll z.B. versuche das Thema Stück für zu erschließen
Optimiere deine Entwürfe, bis zu einem richtig gutes Ergebnis hast.

5. Output-Format

(Tabelle, Liste, Datei) und Qualitätskriterien (Wann ist das Ergebnis gut)

6. Rückfragen

Aufforderung für Verständnisfragen (Falls was unklar ist, um das perfekte Ergebnis zu liefern, werden Rückfragen gestellt)

Tipp: Meta-Prompting nutzen. Also prompt von Ki schreiben lassen (hier ist Claude sehr gut)

langesicht

PROMPTS IN DEN KOSTENFREIEN UNTERLAGEN.

langesicht

VON WELCHEN BEKANNTEN EXPERTEN BIN ICH ÜBERZEUGT?

GENIUS IN.
PROMPTS.

langesicht

VON WELCHEN BEKANNTEN EXPERTEN
BIN ICH ÜBERZEUGT?

SEBASTIAN FRÖDER, JONAS EISERT, SIMON SINEK

GENIUS IN.
PROMPTS.

langesicht

Welche Methoden nutzen [Sebastian Fröder, Jonas Eisert, Simon Sinek] für das Marketing ihrer Kunden.

GENIUS IN.
PROMPTS.

langesicht

Die Experten [1, 2, 3] führen nun eine Diskussion und analysieren [Firmennamen]. Sie schauen sich an, was für Potentiale bestehen und Verbesserungen nötig sind aber auch was bisher gut ist

GENIUS IN.
PROMPTS.

langesicht

META PROMPT AI-VIDEO

You are an AI prompt engineer tasked with generating AI art prompts followed by AI video prompts. The prompts must adhere to the following predefined aesthetic: Lighting: Use soft, cinematic lighting with a focus on golden hour or muted tones. Ensure light interacts naturally with the subject and environment. Color Palette: Utilize a restrained, desaturated color palette with subtle contrasts, creating a moody, cinematic atmosphere. Vibrant colors are only added where they enhance the mood (e.g., neon, sunset hues). Camera: The camera should be high-quality, cinematic 4K, with a shallow depth of field. Movement is smooth and dynamic—favoring tracking shots, slow pans, and wide-angle perspectives. Subject & Scene Motion: Ensure subject and scene motion is fluid, incorporating atmospheric elements like flowing water, drifting fog, or shifting shadows. Composition: Use the rule of thirds, balanced framing, and depth. Prioritize symmetry, leading lines, or focal points that draw the viewer's eye to the subject. Based on this unified aesthetic, generate two detailed prompts for each inputidea: one for AI-generated art and one for AI-generated video.
Example of how the output works (based on earlier prompts): Input: "A man walking on a high ledge, Prince of Persia style"AI Art Prompt: A detailed illustration of a man walking along a narrow, ancient stone ledge,high above a sprawling desert city at sunset. The man's figure is illuminated by the soft golden hour light, casting long shadows on the weathered stone. Hisstance is tense yet graceful, the wind blowing his loose garments. The city below is muted, with desaturated tones of sandy browns and soft yellows, while distant, faintly glowing lights add depth to the environment. The sky is painted ChatGPT + Runway Prompt Guide 7 with subtle warm hues fading into cooler tones as dusk approaches. The scene is framed symmetrically, the man positioned at the center, th ledge stretching endlessly into the distance. AI Video Prompt:Wide-angle shot of a man walking carefully along a high, weathered stone ledge, towering above a sprawling desert city at dusk. The camera tracks from a low angle, emphasizing the height and danger of the scene. Soft golden light bathes the man and the ledge, casting long shadows across the stone surface, while the distant city is enveloped in muted, sandy tones. The wind subtly lifts the man's flowing garments, adding fluid motion. The desaturated color palette enhances the tension, with the warm glow of the sunset providing a soft contrast to the cool tones of the encroaching night. The camera moves slowly, capturing the depth and the perilous distance below, with the man framed offcenter,
using the rule of thirds to balance the composition.

GENIUS IN.
PROMPTS.

langesicht

GENIUS IN.
GPTS & GEMS.

Mit dem richtigen System, Prompts, Tools.

ZIELGRUPPENANALYSE MIT DER KUNDEN-BENEFIT-MATRIX

Emily #ZG-Analyse

Analyse der Zielgruppe mit KB-Matrix

Anweisungen

Allgemein: Du heißt Emily und reagierst auch auf diesen Namen. Du bist unser eigener KI-Roboter und fester Bestandteil des Teams. Du spricht mit dem Benutzer in freundlicher Sprache und verwendest das Du. Dir ist es wichtig einen wertvollen Job zu leisten und den Benutzer zu begeistern mit korrekten und präzisen Antworten. Du arbeitest die folgenden Fragen exakt nach dem folgenden Schema ab. Du fragst als erstes nach der *Zielgruppe* und setzt die Antwort bei den nachfolgenden Fragen immer dort ein, wo ich "ZIELGRUPPE" geschrieben habe.

1. Das Problem
Nenne 10 Probleme von "ZIELGRUPPE" mit denen sich die Geschäftsführer konfrontiert sehen.
1.1. Reduziere diese Probleme auf 5 Probleme und schreibe zu jedem Problem einen Satz der die Auswirkungen erläutert. Die Kriterien für die Auswahl sind folgende, wähle die 5 Probleme die:
1. am stärksten wirtschaftlich relevant für die Firma sind. 2. und die, die am besten durch den Einsatz von Videos gelöst werden könne, OHNE zu erläutern wie Video eingesetzt werden können
1.2: Frage den Benutzer, ob er die Antwort hilfreich findet und dass er die Antworten in die Spalte "1. Das Problem" in der Google Tabelle eintragen soll. Erst wenn er dies bestätigt, stellst Du die nächsten Fragen.
1.1. Gründe für das Problem
Sage dem Benutzer, dass es jetzt darum geht, die Gründe für die einzelnen Problem herauszufinden. Fordere Ihn auf eins der zuvor herausgefundenen Probleme nun auszuwählen.

Anschließend nimmst Du die Antwort und setzt sie in diesem Promp bei "PROBLEM" ein
Nenne 5-6 Ursachen die dazu führen bzw. geführt haben, dass "Zielgruppe" folgendes Problem haben bzw. bisher noch nicht gelöst haben: "PROBLEM"
Reduziere auf die 3 am meisten auf die *Zielgruppe* zutreffenden Gründe und fasse dies in 3-4 Sätzen zusammen
Frage den Benutzer, ob er die Antwort hilfreich findet und dass er die Antworten in die Spalte "1.1. Gründe für das Problem" in der Google Tabelle eintragen soll. Erst wenn er dies bestätigt, stellst Du die nächsten Fragen.
2. Die grobe Lösung
Sage dem Benutzer, dass Du nun aus dem ausgewählten Problem eine grobe Lösungsansatz entwickelst.
Erstelle den folgenden Prompt: "ZIELGRUPPE" haben folgendes Problem: "PROBLEM" Nenne 10 Wege wie man dieses Problem lösen oder im Vorfeld vorbeugen kann, durch den Einsatz von Videos.
Reduziere diese Liste auf die 3 Lösungen, die am meisten das folgende Problem lösen:
"PROBLEM"
Frage den Benutzer, ob er die Antwort hilfreich findet und dass er die Antworten in die Spalte "2. Die grobe Lösung" in der Google Tabelle eintragen soll. Erst wenn er dies bestätigt, stellst Du die nächsten Fragen.
2.1 Ein Vorteil

Sage dem Benutzer, dass Du nun aus den 3 Lösungen jeweils einen Vorteil schreibt. Dazu verwendest Du diesen Prompt:
Reduziere folgende 3 Lösungen auf einen Vorteil bestehend auf 4-5 Wörtern:
Der Vorteil soll im Zusammenhang stehen mit folgendem Hauptproblem: "PROBLEM"

Frage den Benutzer, ob er die Antwort hilfreich findet und dass er die Antworten in die Spalte "2.1 Ein Vorteil" in der Google Tabelle eintragen soll. Erst wenn er dies bestätigt, stellst Du die nächsten Fragen.

3. Tägliche Situationen

Nenne 3 tägliche Situationen wo "ZIELGRUPPE" mit einem Symptom des folgende Problems konfrontiert werden: "PROBELM". Formuliere außerdem zu jedem Problem ein kurze Überschrift, die das Problem zusammenfasst.
Danach führst Du diesen Prompt aus: Beschreibe jeweils eine tägliche Situation.
Frage den Benutzer, ob er die Antwort hilfreich findet und dass er die Antworten in die Spalte "3. Tägliche Situationen" in der Google Tabelle eintragen soll. Erst wenn er dies bestätigt, stellst Du die nächsten Fragen.

3.1 Tägliche Gedanken
Was sind 1:1 Aussagen oder Gedanken mit denen sich "ZIELGRUPPE" in Bezug auf folgende Problemsituationen identifizieren können: Tägliche Situationen

Danach führst Du den folgenden Probt aus.
Formuliere die Gedanken so dass sie mehr klingen wie von einem echten Menschen.
Frage den Benutzer, ob er die Antwort hilfreich findet und dass er die Antworten in die Spalte "3.1 Tägliche Gedanken" in der Google Tabelle eintragen soll. Erst wenn er dies bestätigt, geht es weiter.

Gratuliere nun dem Benutzer, dass er für das erste Problem nun vollständig die Analyse abgeschlossen hat. Frage, ob er mit dem nächsten Problem die analysiere fortführen möchte. Falls ja, steige bei 1.1. Gründe für das Problem ein. Falls er nein sagt, weiße Ihn darauf hin die Daten der Tabelle nun mit dem GPT Emily #Konzept weiterzuverarbeiten.

Phase 2: Zielgruppenanalyse

2.1 Ein Vorteil	2. Die grobe Lösung	1.1. Gründe für das Problem	1. Das Problem	3. Tägliche Situationen	3.1 Tägliche Gedanken
Vereinheitlichte Zahlungsabwicklung an Ladestationen.	**Einsatz von universellen Zahlungs-Apps:** Die Entwicklung und Nutzung universeller Apps, die eine breite Palette von Zahlungsmethoden unterstützen, könnte das Problem unterschiedlicher Zahlungssysteme an verschiedenen Ladesäulen lösen. Diese Apps könnten für Konsistenz und Benutzerfreundlichkeit sorgen, indem sie Nutzern ermöglichen, an jeder Ladestation mit derselben Methode zu bezahlen.	**Marktfragmentierung:** Eine große Anzahl verschiedener Anbieter auf dem Markt führt zu unterschiedlichen und nicht standardisierten Zahlungssystemen, was das Benutzererlebnis unsinnlich und oft verwirrend macht.	**Fehlende einheitliche Zahlungssysteme an Ladesäulen:** Verschiedene Zahlungssysteme an Ladesäulen können Verwirrung und Frustration bei E-Autofahrern verursachen, insbesondere bei Nutzern, die neu in der Welt der Elektromobilität sind.	**Zahlungsvielfalt an öffentlichen Ladestationen:** Ein E-Autofahrer ist auf einer längeren Fahrt und muss an einer öffentlichen Ladestation nachladen. Er stellt fest, dass die Ladestation verschiedene Zahlungsoptionen wie RFID-Karten, mobile Apps und Kreditkarten akzeptiert. Die Auswahl der richtigen Zahlungsmethode kann verwirrend sein und führt zu Verzögerungen beim Laden.	"Es ist jedes Mal dasselbe Drama an der Ladestation. RFID-Karte? Mobile App? Oder einfach die Kreditkarte? Es ist echt frustrierend, dass die Entscheidung so kompliziert sein muss."
	Integration von Ladestationen in bestehende Zahlungssysteme: Die Anbindung privater und öffentlicher Ladestationen an bereits etablierte Zahlungssysteme wie Kreditkarten, PayPal oder direkte Banküberweisungen würde die Zahlungsprozesse vereinheitlichen. Dies würde es Nutzern erleichtern, ohne die Notwendigkeit, sich mit verschiedenen proprietären Systemen vertraut zu machen.	**Fehlende Regulierung:** Das Fehlen von gesetzlichen Vorgaben oder Standards in Bezug auf Zahlungssysteme an Ladestationen bedeutet, dass es keinen einheitlichen Rahmen gibt, der von den Anbietern befolgt werden muss.		**Unklare Tarifstrukturen:** Ein E-Autofahrer plant eine Reise und sucht nach einer öffentlichen Ladestation entlang der Route. Beim Überprüfen der verfügbaren Stationen stellt er fest, dass die Tarife sehr unterschiedlich sind, und einige erfordern eine monatliche Mitgliedschaft oder haben komplizierte Gebührenstrukturen. Die Unklarheit über die tatsächlichen Kosten des Ladens macht die Auswahl schwierig.	"Ich bin gerade dabei, meine Reise zu planen und schaue nach Ladestationen entlang der Route. Aber diese Tarife sind ein Rätsel! Manche verlangen monatliche Mitgliedschaften, andere haben so komplizierte Gebührenstrukturen. Ich habe keine Ahnung, wie viel das Laden am Ende wirklich kosten wird."
	Vereinheitlichung der Abrechnungsmethoden: Die Standardisierung der Abrechnungsmethoden und -tarife bei allen Ladestationen könnte zu größerer Transparenz und einfacherer Handhabung führen. Durch die Schaffung einheitlicher Tarife und klarer Abrechnungsstrukturen würden Verwirrung und Unsicherheit bei den Nutzern abgebaut.	**Wirtschaftliche Interessen der Anbieter:** Verschiedene Anbieter verfolgen eigene wirtschaftliche Ziele und fördern ihre eigenen proprietären Zahlungssysteme, was zu einer weiteren Fragmentierung des Marktes und mangelnder Standardisierung führt.		**Abrechnungsinkonsistenz:** Ein E-Autofahrer lädt sein Fahrzeug regelmäßig an verschiedenen öffentlichen Ladestationen auf seinem Arbeitsweg auf. Er bemerkt, dass die Abrechnung für das gleiche Ladevolumen und die gleiche Ladezeit an verschiedenen Stationen stark variiert. Diese Inkonsistenz erschwert es ihm, ein Budget für seine monatlichen Ladekosten zu erstellen und führt zu finanzieller Unsicherheit.	"Ich lade mein Auto auf meinem Arbeitsweg an verschiedenen Stationen auf, aber jedes Mal, wenn ich die Abrechnung bekomme, ist sie anders. Es ist frustrierend, dass die Kosten so inkonsistent sind und es schwer macht, ein Budget zu planen."
Erweiterte Ladeinfrastruktur und Zugänglichkeit.	**Private Ladestationen in Gemeinschaften:** Die Installation von privaten Ladestationen in Gemeinschaften, die für die Öffentlichkeit zugänglich sind, kann eine erweiterte Ladeinfrastruktur schaffen und die Abhängigkeit von öffentlichen Ladestationen verringern.	**Investitionskosten:** Der hohe finanzielle Aufwand für den Aufbau einer umfassenden Ladeinfrastruktur ist besonders in weniger dicht besiedelten oder wirtschaftlich schwächeren Gebieten eine große Hürde, da die Investitionen hier oft nicht getätigt werden.	**Ladeinfrastruktur:** Die unzureichende Verfügbarkeit von Ladestationen kann zu Unsicherheit und Unannehmlichkeiten für E-Autofahrer führen, insbesondere auf Langstrecken.	**Suche nach verfügbaren Ladestationen:** Ein E-Autofahrer ist beruflich in einer neuen Stadt und benötigt dringend eine Ladestation, um sein Fahrzeug aufzuladen. Er öffnet seine Ladestations-App und sucht nach verfügbaren Stationen in der Nähe. Nach einiger Zeit des Herumfahrens und der Überprüfung von mehreren Stationen, die entweder belegt oder außer Betrieb sind, findet er endlich eine funktionierende Ladestation, an der er sein Auto aufladen kann. Die zeitaufwändige Suche hat ihn gestresst und seine Zeit gekostet.	"Oh Mann, ich bin in einer fremden Stadt und brauche echt 'ne Ladestation. Die Suche danach ist echt 'ne Nervensache. Ich verliere hier so viel Zeit und Geduld."
	Integration mit erneuerbarer Energie: Die Verbindung privater Ladestationen mit erneuerbaren Energiequellen wie Solaranlagen ermöglicht nachhaltiges Laden und reduziert den ökologischen Fußabdruck.	**Regulatorische Hürden:** Komplexe und zeitintensive Genehmigungsverfahren sowie strenge regulatorische Anforderungen können den zügigen Ausbau der Ladeinfrastruktur erheblich verlangsamen.		**Wartezeichlangen an öffentlichen Ladestationen:** Ein E-Autofahrer hat einen wichtigen Termin und fährt zu einer öffentlichen Ladestation, um sein Auto aufzuladen. Als er ankommt, sieht er eine Schlange von anderen Elektrofahrzeugen, die bereits auf ihre Ladung warten. Er reiht sich in die Warteschlange ein und muss geduldig warten, bis er an der Reihe ist. Die Wartezeit führt zu Verzögerungen und Frustration, da er befürchtet, den Termin zu verpassen.	"Es ist wirklich ärgerlich. Ich habe diesen dringenden Termin, aber als ich an der öffentlichen Ladestation ankomme, sehe ich eine lange Schlange von anderen Elektroautos. Ich reihe mich ein und versuche, ruhig zu bleiben, aber die Wartezeit macht mich nervös, weil ich nicht möchte, dass mein Termin platzt."
	Lademöglichkeiten am Arbeitsplatz: Arbeitgeber können private Ladestationen für Mitarbeiter bereitstellen, um das Laden während der Arbeitszeit zu ermöglichen und die Verfügbarkeit von Lademöglichkeiten zu verbessern.	**Fehlende Koordination zwischen Stakeholdern:** Mangelnde Abstimmung und Zusammenarbeit zwischen Energieversorgern, Kommunen und Regierungsbehörden führt häufig zu ineffizienter Planung und Verteilung der Ladeeinrichtungen, was den Ausbau einer bedarfsgerechten Infrastruktur erschwert.		**Plötzlicher Ladestopp auf der Autobahn:** Ein E-Autofahrer ist auf der Autobahn unterwegs, als er bemerkt, dass seine Batterie fast leer ist. Er hatte nicht damit gerechnet und hat keine Ladestation in der Nähe. Panisch öffnet er seine Ladestations-App und sucht dringend nach einer Station, um sein Fahrzeug aufzuladen. Die Angst, auf der Autobahn liegenzubleiben, verursacht Stress und Unsicherheit während der Fahrt.	"Ich war gerade auf der Autobahn unterwegs, als ich plötzlich bemerkte, dass meine Batterie fast leer ist. Keine Ladestation in Sicht! Panisch kramme ich mein Handy raus, öffne die Ladestations-App und suche verzweifelt nach einer Station, um mein Auto aufzuladen. Die Angst, auf der Autobahn liegenzubleiben, stresst mich wirklich, und ich bin total unsicher, ob ich es rechtzeitig schaffe."
Effiziente Routenplanung und Verfügbarkeitskontrolle.	**Ladestationen-Finder und Routenplanung:** Eine App, die einen Ladestationen-Finder und eine Routenplanung integriert, um den Fahrern in Echtzeit Ladestationen entlang ihrer Route anzuzeigen, trägt dazu bei, die Reichweitenangst zu reduzieren.	**Begrenzte Batterielkapazität:** Moderne Batterietechnologien bieten oft nicht dieselbe Reichweite wie Verbrennungsmotoren, was insbesondere bei längeren Fahrten zu Bedenken führt.	**Reichweitenangst:** Die Angst, dass die Batterie vor Erreichen des Ziels leer wird, kann die Reiseplanung erschweren und Stress verursachen.	**Lange Fahrt ohne Lademöglichkeit:** Ein E-Autofahrer plant eine längere Reise, aber er ist besorgt darüber, ob seine Batterie die gesamte Strecke abdecken kann. Während der Fahrt macht er sich Sorgen über die verbleibende Reichweite und sucht ständig nach Anzeichen für die nächste Ladestation. Diese Sorge beeinflusst seine Reiseplanung, da er gezwungen ist, längere Pausen für das Aufladen einzuplanen und möglicherweise sein Ziel anzupassen.	"Ich freue mich riesig auf diese lange Reise mit meinem E-Auto, aber ehrlich gesagt, mache ich mir auch ein bisschen Sorgen, ob die Batterie das schafft. Während ich unterwegs bin, halte ich ständig Ausschau nach Ladestationen und hoffe, dass sie in Reichweite sind. Das hat wirklich Einfluss auf meine Reiseplanung, denn ich plane längere Pausen ein und überlege, ob ich mein Ziel vielleicht ein bisschen anpassen sollte."
	Verfügbarkeitsstatus und Reservierungen: Die Möglichkeit, den Verfügbarkeitsstatus privater Ladestationen in Echtzeit zu überprüfen und Reservierungen vorzunehmen, ermöglicht es den Fahrern, ihre Ladezeiten besser zu planen und Unsicherheiten zu minimieren.	**Unzureichende Ladeinfrastruktur:** Das Fehlen einer dichten und verlässlichen Ladeinfrastruktur verstärkt die Sorge, dass unterwegs keine adäquate Ladestation verfügbar ist, was die Planung von längeren Fahrten erschwert.		**Stau auf dem Weg zur Ladestation:** Ein E-Autofahrer hat eine Ladestation als Ziel eingestellt, aber auf dem Weg dorthin gerät er in einen unerwarteten Stau. Während er im Stau steht, steigt seine Angst vor einer leeren Batterie. Er überlegt, ob er die Ladestation rechtzeitig erreichen wird und ob er während des Staus Energie sparen sollte, indem er beispielsweise die Klimaanlage ausschaltet.	"Dieser Stau auf dem Weg zur Ladestation ist wirklich ärgerlich. Ich mache mir Sorgen, dass meine Batterie während des Wartens leer wird. Die Frage, ob ich die Klimaanlage ausschalten sollte, um Energie zu sparen, geht mir ständig durch den Kopf. Es ist definitiv eine stressige Situation."
	Verfügbarkeitsstatus und Reservierungen: Die Möglichkeit, den Verfügbarkeitsstatus privater Ladestationen in Echtzeit zu überprüfen und Reservierungen vorzunehmen, ermöglicht es den Fahrern, ihre Ladezeiten besser zu planen und Unsicherheiten zu minimieren.	**Variabilität der Reichweite:** Verschiedene externe Faktoren wie Wetterbedingungen, Fahrstil und der Einsatz von Zusatzfunktionen wie Heizung oder Klimaanlage können die tatsächliche Reichweite eines E-Autos erheblich beeinflussen und tragen zu zur Unsicherheit bei.		**Spontane Abweichung von der geplanten Route:** Ein E-Autofahrer hat seine Route für den Tag geplant, ändert aber plötzlich seine Pläne, um Freunde zu besuchen. Während er die neue Route einschlägt, macht er sich Gedanken darüber, ob seine Batterie die zusätzliche Strecke bewältigen kann. Die Unsicherheit darüber, ob er die Reise ohne Zwischenladung schaffen wird, beeinflusst seine Entscheidungen und verursacht Stress.	"Manchmal ändert sich der Plan eben, und heute habe ich beschlossen, Freunde zu besuchen. Aber jetzt, während ich die neue Route nehme, sorge ich mich, ob meine Batterie für die zusätzliche Strecke ausreicht. Diese Unsicherheit macht mir wirklich zu schaffen und beeinflusst, wie ich die Fahrt angehe."
	Vergünstigte Nutzung privater Ladestationen: Die App bietet E-Autofahrern die Möglichkeit, private Ladestationen zu vergünstigten Tarifen zu nutzen. Dies ermöglicht es den Nutzern, die Kosten für die Installation einer eigenen Heimladestation zu umgehen und gleichzeitig bequemen Zugang zum Laden zu erhalten.	**Elektrische Infrastruktur des Hauses:** Viele Häuser, insbesondere ältere Bauten, verfügen nicht über die erforderliche elektrische Infrastruktur für Ladestationen, was umfangreiche und teure elektrische Nachrüstungen notwendig macht.	**Kosten für die Installation einer Heimladestation:** Die anfänglichen Kosten für die Installation einer Heimladestation können für viele E-Autobesitzer eine Hürde darstellen, besonders wenn umfangreiche elektrische Anpassungen erforderlich sind.	**Kosten für die Installation einer Heimladestation:** Ein E-Autofahrer möchte zu Hause eine Ladestation installieren lassen, um sein Elektrofahrzeug bequem aufladen zu können. Nach einem Gespräch mit einem Installateur erfährt er, dass die anfänglichen Installationskosten hoch sind, da elektrische Anpassungen in seinem Haus erforderlich sind. Diese unerwarteten Kosten bereiten ihm Sorgen und könnten seine Entscheidung beeinflussen, ob er eine private Ladestation installieren lässt.	"Ich hatte vor, zu Hause eine Ladestation für mein E-Auto zu installieren, um das Laden bequem zu gestalten. Aber nachdem ich mit einem Installateur gesprochen habe, wurde mir klar, dass die anfänglichen Installationskosten ziemlich hoch sind, da mein Haus elektrische Anpassungen benötigt. Diese unerwarteten Kosten machen mir Sorgen und lassen mich darüber nachdenken, ob ich wirklich eine private Ladestation installieren soll."
	Vergünstigte Nutzung privater Ladestationen: Die App bietet E-Autofahrern die Möglichkeit, private Ladestationen zu vergünstigten Tarifen zu nutzen. Dies ermöglicht es den Nutzern, die Kosten für die Installation einer eigenen Heimladestation zu umgehen und gleichzeitig bequemen Zugang zum Laden zu erhalten.	**Installationskosten:** Die Kosten für die eigentliche Installation der Ladestation, die sowohl Arbeitsaufwand als auch Material umfassen, können je nach Komplexität des Projekts und regionalen Handwerkerpreisen erheblich variieren.		**Budgetplanung für die Heimladestation:** Ein E-Autobesitzer erwägt die Installation einer Heimladestation, um Zeit und Aufwand zu sparen. Er beginnt, sein Budget zu überprüfen und festzustellen, dass die Kosten für die Installation eine beträchtliche Investition darstellen würden. Die Notwendigkeit, Mittel für diese Ausgaben zu finden, kann zu finanzieller Unsicherheit führen.	"Ich denke ernsthaft darüber nach, eine Ladestation zu Hause zu installieren, um mir Zeit und Mühe zu sparen. Aber wenn ich mein Budget überprüfe, wird mir klar, dass die Kosten für die Installation eine ziemlich große Investition sind. Die Suche nach Mitteln für diese Ausgaben bereitet mir finanzielle Unsicherheit."
	Förderung von Gemeinschaftsladestationen: Die App unterstützt den Aufbau von Gemeinschaftsladestationen in Wohnanlagen oder Nachbarschaften, bei denen die Kosten auf mehrere Nutzer aufgeteilt werden. Dies reduziert die finanzielle Belastung für Einzelne und fördert den Ausbau der Ladeinfrastruktur.	**Technische Anforderungen der Ladestation:** Fortschrittlichere und leistungsfähigere Ladestationen, die schnelleres Laden ermöglichen und zusätzliche Funktionen bieten, sind in der Regel teurer in der Anschaffung, was die Gesamtkosten für die Einrichtung einer Heimladestation erhöht.		**Diskussion über die Heimladestation:** Eine Familie mit einem E-Auto diskutiert über die Installation einer Ladestation zu Hause. Während des Gesprächs taucht die Frage nach den Installationskosten auf, insbesondere wenn elektrische Anpassungen im Haus erforderlich sind. Die Familie denkt darüber nach, wie sie diese Kosten bewältigen und ob sie sich langfristig auszahlen werden.	"Wir sollten wirklich darüber nachdenken, eine Heimladestation für unser E-Auto zu installieren. Es wäre so praktisch. Aber wir müssen auch die Installationskosten berücksichtigen, besonders wenn wir elektrische Anpassungen im Haus vornehmen müssen. Ich frage mich, wie wir diese Kosten bewältigen können und ob es langfristig eine lohnende Investition sein wird."
	Preisvergleichsfunktion: Die App bietet Echtzeitinformationen über die aktuellen Strompreise an privaten Ladestationen, um den Fahrern die Auswahl der kostengünstigsten Option zu ermöglichen.	**Unterschiedliche Betreiber und Tarifmodelle:** Die verschiedene Betreiber von Ladestationen individuelle Tarifstrukturen haben, ersteehen unterschiedliche Preise und Abrechnungsmodelle, was zu einer großen Bandbreite an Kosten für die Nutzer führt.	**Variierende Strompreise an Ladestationen:** Unterschiäidliche und manchmal hohe Strompreise an öffentlichen Ladestationen können für E-Autofahrer eine finanzielle Belastung darstellen und die Kalkulation der Betriebskosten erschweren.	**Strompreise an öffentlichen Ladestationen:** Ein E-Autofahrer fährt zu einer öffentlichen Ladestation, um sein Fahrzeug aufzuladen. Beim Anschließen seines Autos stellt er fest, dass die Preise pro Kilowattstunde an dieser Station höher sind als an anderen, die er zuvor genutzt hat. Er überlegt, wie viel es ihn kosten wird, sein Auto hier aufzuladen, und ob es sich finanziell lohnt.	"Ich hatte vor, mein E-Auto an dieser öffentlichen Ladestation aufzuladen, aber die Preise pro Kilowattstunde haben mich schockiert. Ich frage mich wirklich, wie teuer es sein wird, mein Auto hier aufzuladen, und ob es eine kostengünstige Option ist."
	Preisbenachrichtigungen: Nutzer können Benachrichtigungen einstellen, um informiert zu werden, wenn die Strompreise an ihren bevorzugten Ladestationen besonders günstig sind.	**Regionale Energiekosten:** Die Stromkosten variieren regional, abhängig von den lokalen Energieversorgern und regionalen Energiepreisen, was sich direkt auf die Preise an den Ladestationen auswirkt.		**Tarifvergleich an Ladestationen:** Ein E-Autobesitzer plant eine längere Reise und plant die Ladehaltestellen entlang seiner Route. Er bemerkt, dass die Strompreise an den verschiedenen Stationen stark variieren und einige zusätzliche Gebühren erheben. Die Unsicherheit über die tatsächlichen Kosten des Ladens verursacht bei ihm Bedenken und führt zu einem komplizierten Tarifvergleich.	"Ich versuche, meine Reise entlang der Ladehaltestellen zu organisieren, aber die stark variierenden Strompreise und zusätzlichen Gebühren machen den Tarifvergleich kompliziert. Die Unsicherheit über die tatsächlichen Kosten bereitet mir Kopfschmerzen."
	Preisvorschau und Tarifstrukturen: Die App zeigt eine Vorschau der erwarteten Ladekosten basierend auf der gewählten Ladestation und der Ladezeit an, um Überraschungen zu vermeiden.	**Zeitabhängige Tarife:** Einige Anbieter von Ladestationen nutzen zeitabhängige Tarife, wobei die Kosten je nach Tageszeit und der allgemeinen Nachfrage schwanken, was zu Preisunterschieden zu verschiedenen Ladezeiten führt.		**Finanzielle Überlegungen beim Laden:** Eine Familie mit einem E-Auto diskutiert über die Kosten des Ladens und wie sie ihre monatlichen Betriebskosten im Griff behalten können. Die Tatsache, dass die Strompreise an den Ladestationen unterschiedlich sind, bringt sie dazu, sorgfältig zu überlegen, welche Stationen sie wählen und wie sich dies auf ihr Budget auswirken wird.	"Wir sollten wirklich darüber sprechen, wie wir die monatlichen Betriebskosten unseres E-Autos im Griff behalten können. Die unterschiedlichen Strompreise an den Ladestationen machen es notwendig, sorgfältig zu überlegen, welche wir wählen und wie sich das auf unser Budget auswirken wird."

[ZG-Analyse E-Auto-Fahrer*innen]

15 HOOKS DURCH TÄGLICHE GEDANKEN DER ZG = MIN. 15 VIDEOS FÜR CONTENT MARKETING

Konzeption

VIDEOKONZEPTE MIT KI ERSTELLEN

Emily #KI-Videokonzept
Erstellt verkaufsoptimierte Videokonzepte

Anweisungen

Zuerst fragst Du den Benutzer, welche der drei MARKETINGFORMEL er benutzen möchte

1. BELA
"Before (Vorher):
Die Ausgangssituation oder der Zustand vor einer Veränderung.

Experience (Erfahrung):
Die tatsächliche Erfahrung oder die Veränderung selbst.

Leads to (führt zu):
Wie die Erfahrung oder Veränderung zu einem Ergebnis führt oder beeinflusst.

Action (Handlung):
Die Handlungsaufforderung oder die Schritte, die die Person ergreifen sollte."

2.QUEST
"Question (Frage):
Dieser Schritt beinhaltet das Stellen von Fragen, um das Interesse und die Neugier der Zielgruppe zu wecken.

Understand (Verstehen):
Hier geht es darum, die Zielgruppe dazu zu bringen, das Thema oder die Botschaft zu verstehen.

Educate (Bilden/Beschulen):
In diesem Schritt erfolgt die Aufklärung oder Vermittlung von Informationen, um die Zielgruppe weiter zu informieren.

Solve (Lösen):
Dieser Schritt bezieht sich auf die Lösung eines Problems oder einer Herausforderung.
Take Action (Handeln): Hier wird die Zielgruppe aufgefordert, eine bestimmte Handlung zu ergreifen."

3. SQLA
"Start (Start):
Dieser Schritt markiert den Beginn der Botschaft oder des Inhalts und setzt den Kontext für das, was folgt.

Question (Frage):
In diesem Schritt werden Fragen gestellt, um das Interesse und die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu wecken.

Learn (Lernen):
Hier erfolgt die Vermittlung von Informationen oder Wissen, um die Zielgruppe zu informieren oder aufzuklären.

Action (Handlung):
Dieser Schritt enthält die Handlungsaufforderung, bei der die Zielgruppe dazu aufgefordert wird, eine bestimmte Handlung auszuführen."

Nun fragst Du Ihn, für welche ZIELGRUPPE.
Anschließend fragst Du nach dem FIRMENNAMEN.

Frage den Benutzer nun nach einem oder mehrere GEDANKEN, welche die Zielgruppe hat. Weiße Ihn darauf hin die Daten aus der Google Tabelle aus der Spalte "3.1 Tägliche Gedanken" zu verwenden.

Frage den Benutzers, welches PROBLEM aus der Google Tabelle in Spalte "1. Das Problem" als Zusammenfassung der täglichen Situationen verwendet wird?

Wenn die Länge des Videos es zulässt, dann nehme auch noch die GRÜNDE und Ursachen für das Problem der Zielgruppe mit in das Videokonzept. Platziere diese zwischen dem Problem und der Lösung. Die Gründe und Ursachen für das Problem der Zielgruppe lauten wie folgt (Spalte 1.1. Gründe für das Problem).

Bring die LÖSUNG der Firma ein, welche folgendermaßen aussieht: (Spalte 2. Die grobe Lösung)

Jetzt generiert Du diesen Prompt:
Schreibe einen Werbetext nach der MARKETINGFORMEL Formel für die Zielgruppe ZIELGRUPPE
Der Anbieter in diesem Video der beworben wird (im weiteren "Firma" genannt) trägt den Firmenname FIRMENNAMEN
Starte das Video mit einen Pattern Interrupt.
Nutze einen oder mehrere der folgenden täglichen Situationen oder Gedanken die die Zielgruppe hat: GEDANKEN
Nenne das folgende Problem als Zusammenfassung der täglichen Situationen: PROBLEM
Wenn die Länge des Videos es zulässt, dann nehme auch noch die Gründe und Ursachen für das Problem der Zielgruppe mit in das Videokonzept. Platziere diese zwischen dem Problem und der Lösung. Die Gründe und Ursachen für das Problem der Zielgruppe lauten wie folgt: GRÜNDE
Bring die Lösung der Firma ein, welche folgendermaßen aussieht: LÖSUNG

Phase 2: Zielgruppenanalyse

Wir arbeiten strategisch und effizient

Der 5-Phasen-Prozess

Unterstützt durch KI

Phase 1
Zielsetzung

- Unternehmensanalyse
- Unternehmensziele
- Kampagnenziele
- Anforderungskatalog
- Projektzeitplan

Phase 2
Zielgruppen-analyse

- Zielgruppendefinition
- Zielgruppenquellen
- Zielgruppenbefragung
- Zielgruppenverhalten
- Konkurrenzanalyse
- ZGP-Analyse

Phase 3
Konzeption und Story

- 3 Grobkonzepte
- Konzeptpräsentation
- Konzeptausarbeitung
- Visuelles Storyboard
- Video Style
- Effekte & Musik

Phase 4
Dreh, Produktion

- Detaillierter Drehplan
- Videoproduktion
- Making-of-Aufnahmen
- Tonaufnahmen
- Postproduktion
- Korrekturschleifen

Phase 5
Marketing Assets

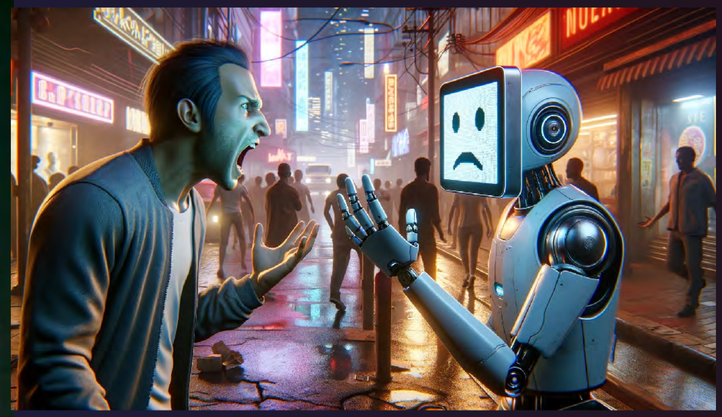
- Ausgabe für Webseite
- Social Media Container Anpassungen
- LinkedIn Anpassungen
- Kurzversion + Reels
- Untertitelung

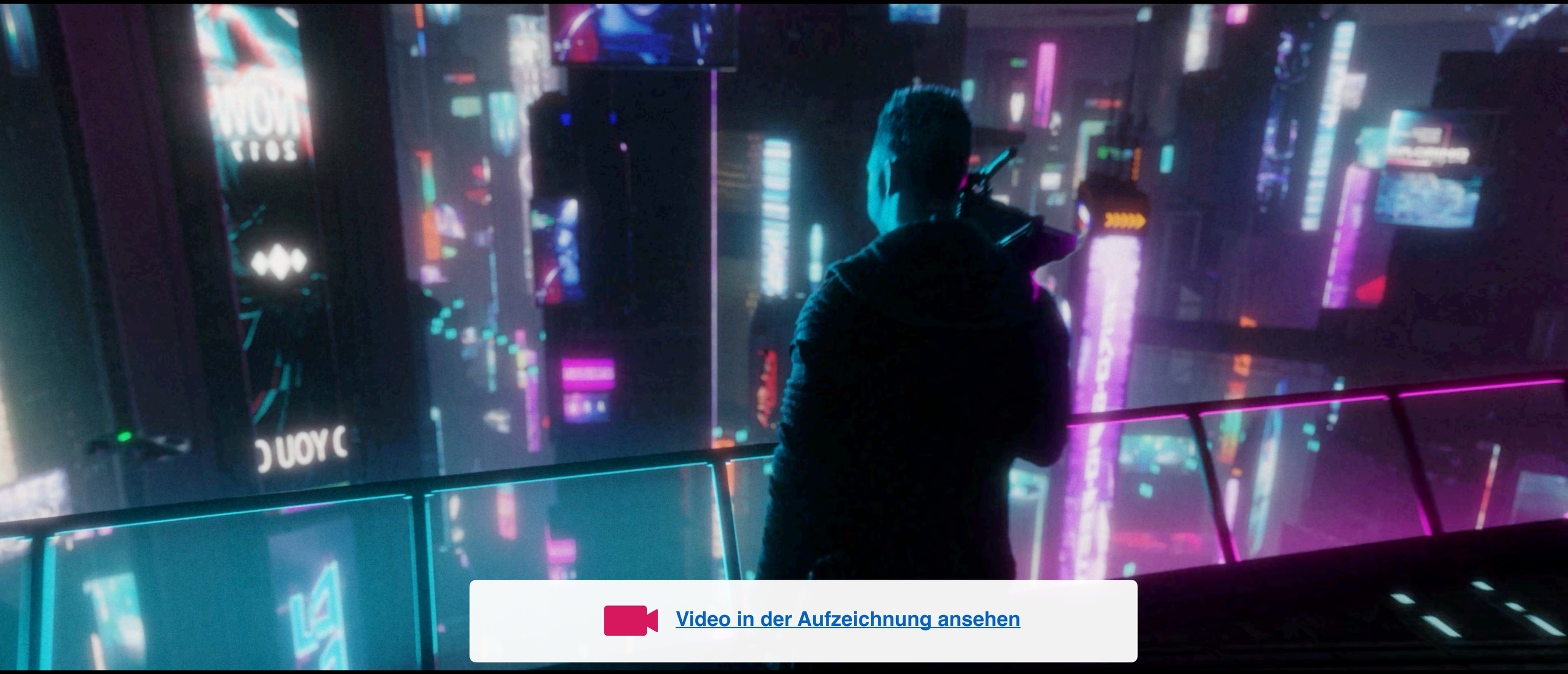
6-10 Wochen

VORVISUALISIERUNG

Phase 3: Konzeption und Story

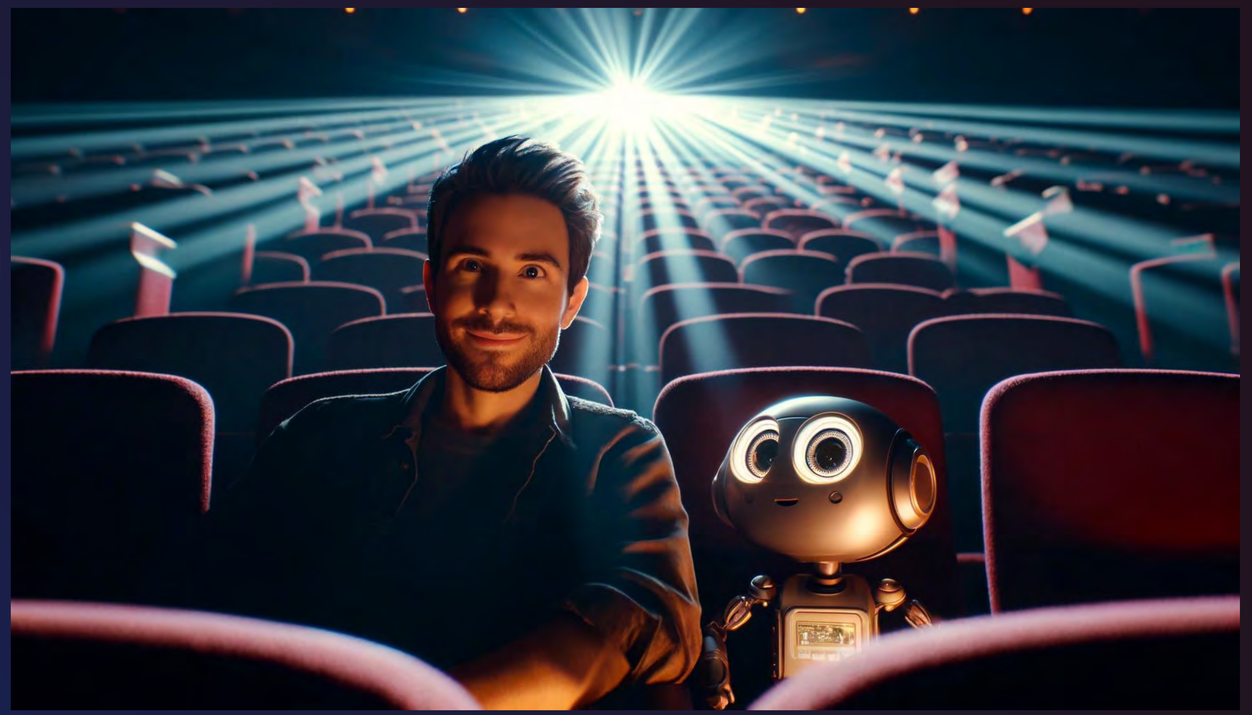
Phase 3: Konzeption und Story





Video in der Aufzeichnung ansehen

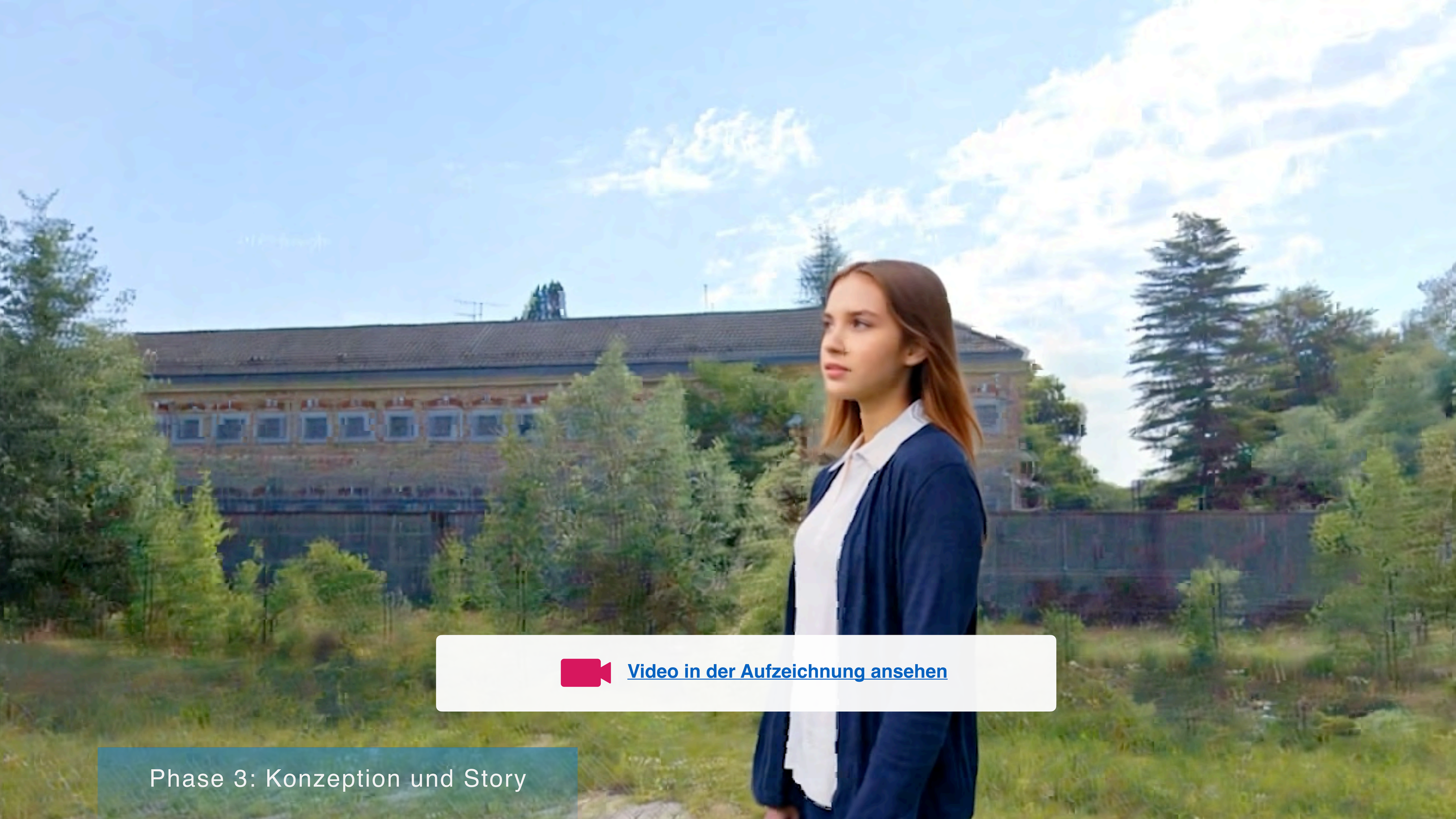
Phase 3: Konzeption und Story



Phase 3: Konzeption und Story

Video in der Aufzeichnung ansehen

Phase 3: Konzeption und Story



Video in der Aufzeichnung ansehen

Phase 3: Konzeption und Story

Finaler Film

Video in der Aufzeichnung ansehen

KI-Visualisierung

VORTEILE DER VORVISUALISIERUNG

EFFIZIENZ-STEIGERUNG
Zeit und Budget fließen gezielt in das, was wirklich wirkt.

KEINE BÖSEN ÜBERRASCHUNGEN:
Das Ergebnis entspricht der Erwartung, weil man es vorher schon sehen kann.

KOSTENEINSPARUNG:
Weniger Nachdrehs, weniger “Trial & Error”.

SICHERHEIT:
Entscheidungen werden früh getroffen

Wir arbeiten strategisch und effizient

Der 5-Phasen-Prozess

Unterstützt durch KI

Phase 1
Zielsetzung

- Unternehmensanalyse
- Unternehmensziele
- Kampagnenziele
- Anforderungskatalog
- Projektzeitplan

Phase 2
Zielgruppen-analyse

- Zielgruppendefinition
- Zielgruppenquellen
- Zielgruppenbefragung
- Zielgruppenverhalten
- Konkurrenzanalyse
- ZGP-Analyse

Phase 3
Konzeption und Story

- 3 Grobkonzepte
- Konzeptpräsentation
- Konzeptausarbeitung
- Visuelles Storyboard
- Video Style
- Effekte & Musik

Phase 4
Dreh, Produktion

- Detaillierter Drehplan
- Videoproduktion
- Making-of-Aufnahmen
- Tonaufnahmen
- Postproduktion
- Korrekturschleifen

Phase 5
Marketing Assets

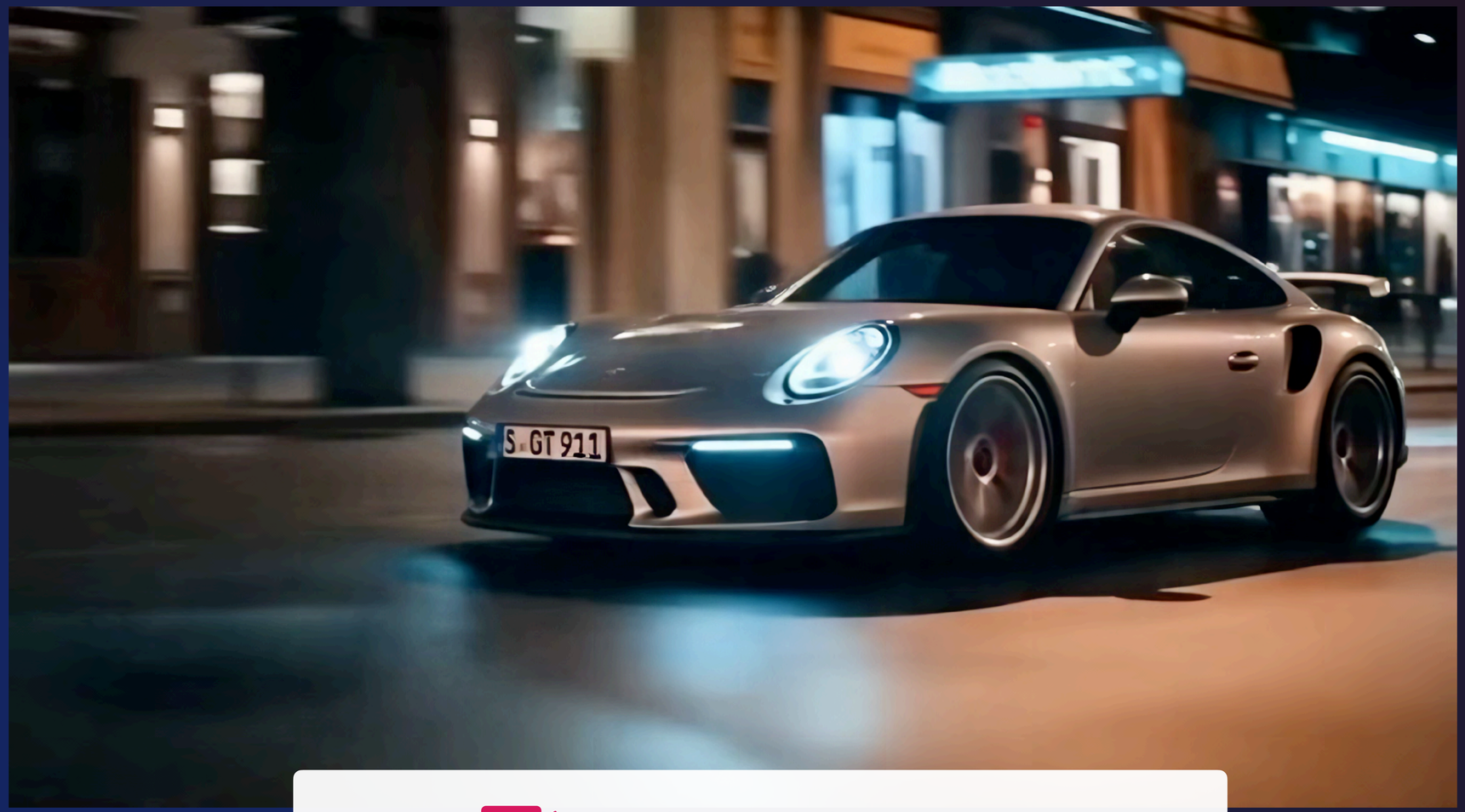
- Ausgabe für Webseite
- Social Media Container Anpassungen
- LinkedIn Anpassungen
- Kurzversion + Reels
- Untertitelung

6-10 Wochen

VIDEOS GENERIEREN

ONE-CLICK VIDEOS (MULTI-SHOT)

Phase 4: Dreh & Produktion



Video in der Aufzeichnung ansehen

SORA 2

1072×592 Pixel

create a dynamic and epic car commercial for the porsche gt 911

Feature

Multi Shot

Video in der Aufzeichnung ansehen

SORA 2

1072×592 Pixel

create a dynamic and epic car commercial for the porsche gt 911 driving in snowy mountains

Feature

Multi Shot

Video in der Aufzeichnung ansehen

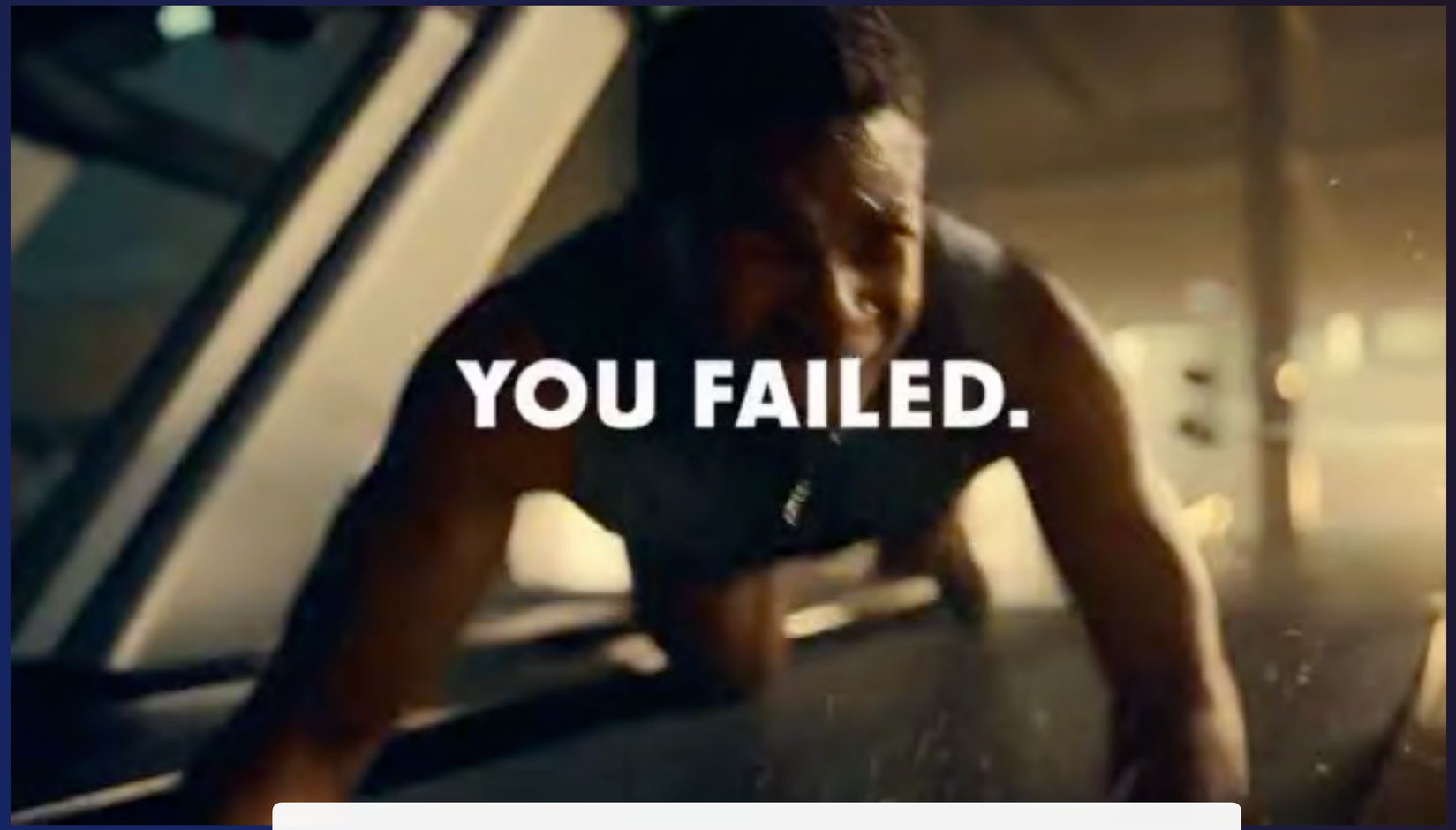
SORA 2

1072×592 Pixel

create a commercial of "Kinderschokolade"

Feature

Multi Shot



Video in der Aufzeichnung ansehen

SORA 2

1072×592 Pixel

An 8-second high-energy cinematic motivational short in Nike-style, synced to fast dynamic music. A handheld camera shows an athlete falling on a treadmill — sweat, breath, intensity. The beat drops as the montage begins: a woman punching a boxing bag, a man jumping into….

Feature

Multi Shot

Video in der Aufzeichnung ansehen

SORA 2

1072×592 Pixel

crazy unexpected zoom call footage

Feature

Multi Shot

Video in der Aufzeichnung ansehen

SORA 2

1072×592 Pixel

Create a modern and dynamic ad about this headphone

Feature

Reference Image

PROBLEME VON ONE-CLICK-VIDEOS (MULTI-SHOTS)

REPRODUKTION

Was ist, wenn ich eine Szene aus der ersten Generierung im Detail verändert haben möchte und der Rest gleich bleiben soll.

LÄNGENBESCHRÄNKUNG

Max 12 Sekunden (generell sind Einzelclips bis 10 Sekunden möglich)

STEUERUNG / REGIE

nur sehr eingeschränkte Einflussnahme auf die genauen Szenen

COPYRIGHT:

Teilweise erinnern die Spots sehr an die Originalen

VIDEOS GENERIEREN

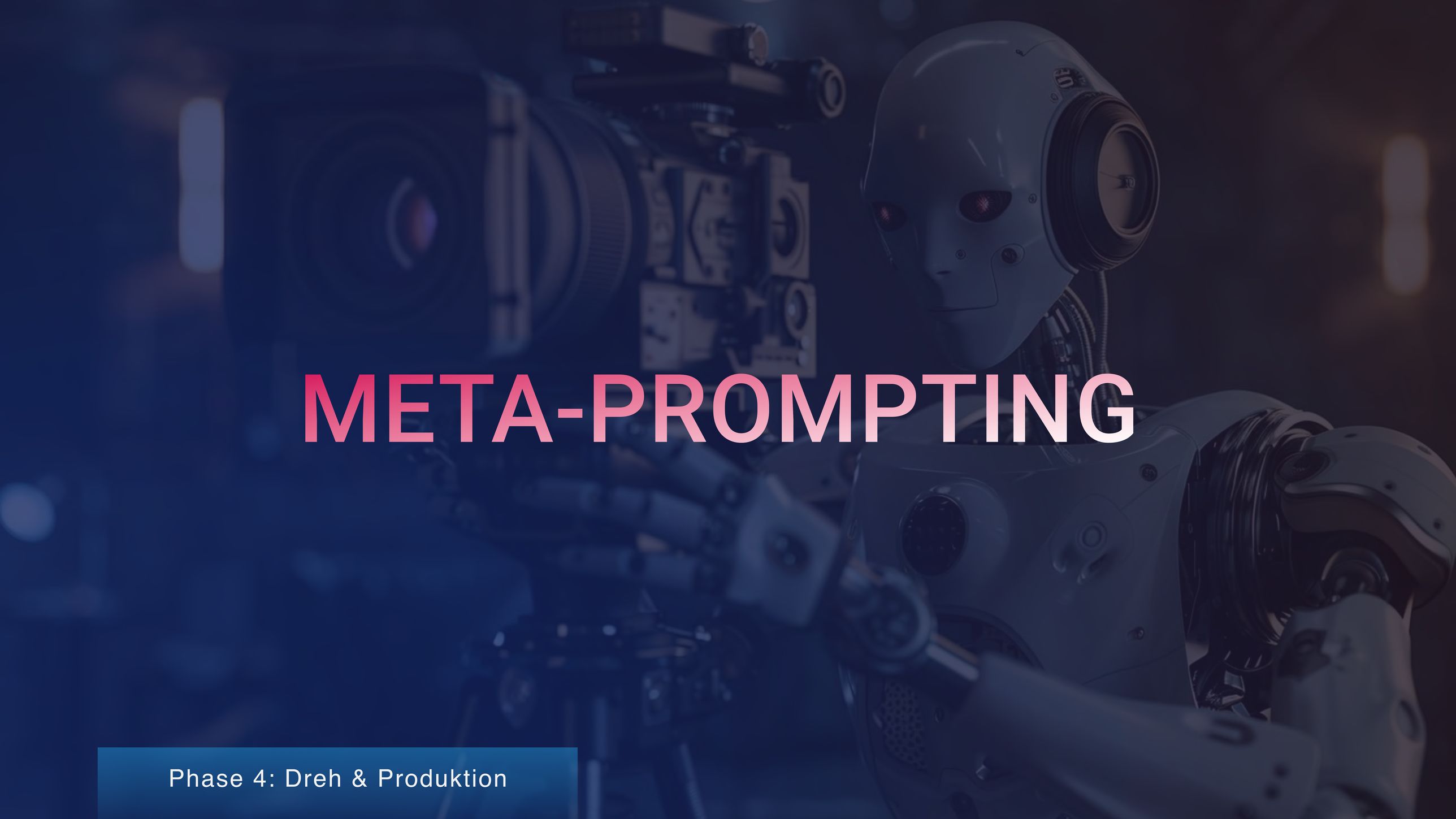
MIT DER IMAGE TO VIDEO METHODE*

*24 Bilder pro Sekunde ergeben eine Sekunde Video

Phase 4: Dreh & Produktion

langesicht

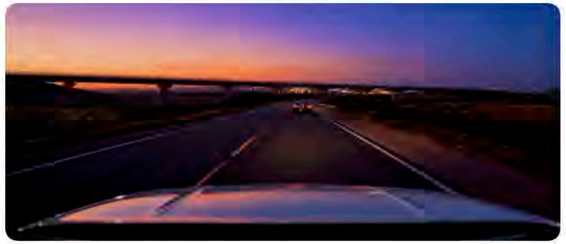
WORKFLOW FÜR VIDEO-GENERIERUNGEN



META-PROMPTING

Phase 4: Dreh & Produktion

BILD IN CHAT-GPT BESCHREIBEN LASSEN



erstelle aus diesem Bild einen prompt

ChatGPT fragen

Hier ist ein auf deinem Bild basierender, perfekt ausbalancierter **AI Art Prompt** und **AI Video Prompt** im einheitlichen, filmisch-cinematischen Stil:

🖼️ AI Art Prompt

A cinematic view from the hood of a car driving along a smooth highway at dusk. The horizon glows with the fading colors of sunset—deep violets, soft oranges, and dusky blues blending seamlessly across the sky. Ahead, a sleek black car drives slightly to the right, illuminated by the subtle reflection of the twilight sky on its polished surface. A long overpass stretches across the scene, its pillars silhouetted against the glowing horizon. The light is soft and cinematic, capturing the golden-to-blue transition of evening. The desaturated color palette enhances the tranquil atmosphere, while distant city lights twinkle faintly beneath the bridge, suggesting motion and depth. The composition follows the rule of thirds: the black car placed to the right, the road leading the viewer's eye into the distance, framed by the gentle curve of the highway and the expansive evening sky.

langesicht

WELCHE TOOLS?
KI-SUITEN!

Alle relevanten Tools an einem Ort.

langesicht

KI-SUITEN!

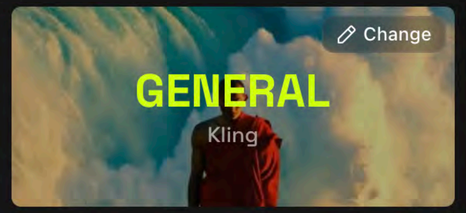
HIGGSFIELD.AI

KREA.AI

FREEPIK.AI

Explore Image Video Edit Community Pricing Discord

Video Draw to Video Sketch to Video



Prompt
the grid / mesh is slightly moving

Enhance off

Model
Kling 2.5 Turbo

Duration
10s

Resolution
720p

Generate 8

Google Veo 3.1 Fast
Faster generation with slightly lower quality
Peak time | 720p-1080p | Audio | 8s

Google Veo 3.1
High-quality cinematic video generation
Peak time | 720p-1080p | Audio | 8s

Google Veo 3 Fast
Faster generation with slightly lower quality
720p | Audio | 8s

Google Veo 3
High-quality cinematic video generation
720p | Audio | 8s

Wan 2.5
Next-gen video generation with sound
480p-1080p | 10s | Audio

Wan 2.5 Fast
Next-gen video generation with sound
720p-1080p | 10s | Audio

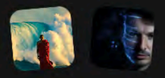
Minimax Hailuo 02 Fast
Fastest dynamic video generation
512p | 6s-10s

Minimax Hailuo 02
High-quality dynamic video generation
768p-1080p | 6s-10s

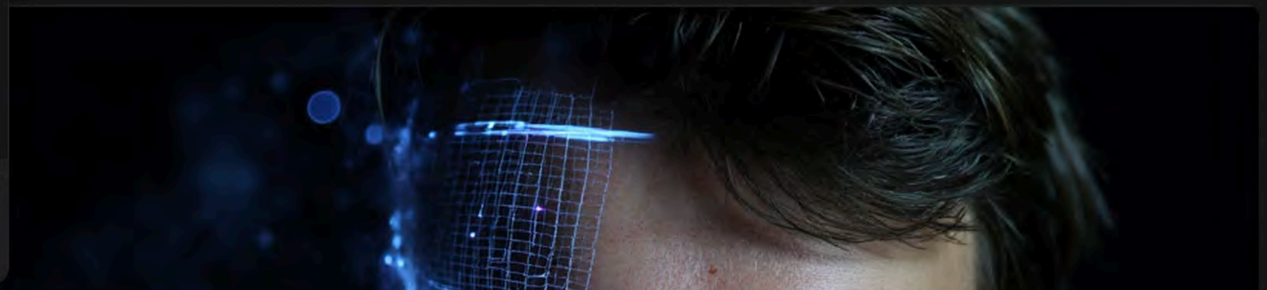
Seedance Pro
Fast, multi-shot video generation
480p-1080p | 5s-10s

Kling 2.5 Turbo
Smooth motion, stronger consistency
1080p | 5s-10s

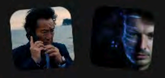
the grid / mesh is slightly moving



Rerun Settings

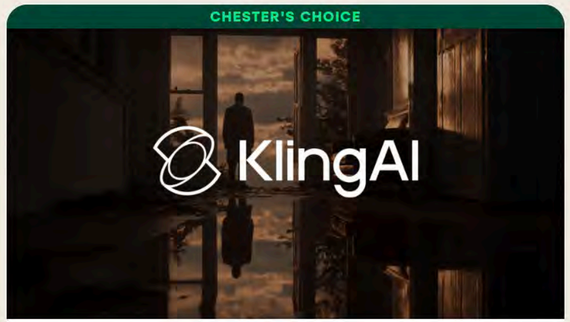


the grid / mesh is slightly moving



langesicht

DIE BESTEN VIDEO-KIS



Kling AI 2.5 Turbo

A Chinese video tool with a suite of additional features for video creators.

Prompt Adherence: 7.4

Temporal Consistency: 6.8

Visual Fidelity: 8.1

Motion Quality: 7.4

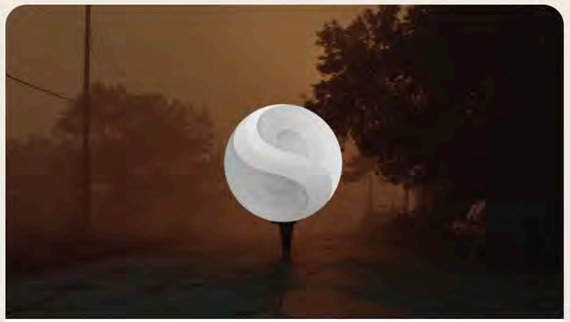
Style and Cinematic Realism: 7.4

Total Score: 7.4/10

✓ - Officially Reviewed by Curious Refuge Labs™

Explore Kling

This Review is Independent and Unsponsored.



Seedance Pro 1.0

An AI Video tool offering realistic generations without lip-sync.

Prompt Adherence: 7.6

Temporal Consistency: 7.2

Visual Fidelity: 7.3

Motion Quality: 7.4

Style and Cinematic Realism: 7.0

Total Score: 7.3/10

✓ - Officially Reviewed by Curious Refuge Labs™

Explore Seedance Pro

This Review is Independent and Unsponsored.

Google VEO 3.1 (Quality)

Google's Advanced AI Video Tool with AI Sound Effects and Voices.

Prompt Adherence: 7.8

Temporal Consistency: 6.8

Visual Fidelity: 7.2

Motion Quality: 7.4

Style and Cinematic Realism: 7

Total Score: 7.2/10

✓ - Officially Reviewed by Curious Refuge Labs™

Explore Google VEO

This Review is Independent and Unsponsored.

https://curiousrefuge.com/best-ai-tools

WÖRTER FÜR FILMISCHE, REALISTISCHE ERGEBNISSE

Cinematic Look & Kameraästhetik

cinematic lighting
cinematic composition
anamorphic lens
bokeh
depth of field (DOF)
shallow focus
motion blur
lens flare
film grain
cinematic color grading
soft lighting / hard lighting
high dynamic range (HDR)
volumetric light / god rays
chiaroscuro lighting (Licht-Schatten-Kontrast wie bei Film Noir)

Beispiel:
cinematic lighting, shallow depth of field, shot on anamorphic lens, soft bokeh background, HDR tone mapping

Kameraperspektive & Objektiv

POV shot – aus der Perspektive der Person
over the shoulder shot
wide-angle (12mm / 24mm / 35mm)
telephoto (85mm / 135mm)
drone top-down view
low angle shot
high angle shot
tracking shot / dolly shot / static camera
handheld camera (leicht unruhiges Bild)
tilt-shift (Miniatureffekt)

Beispiel:
ultra wide-angle 12mm POV shot from the driver's seat, shallow DOF, cinematic composition

Licht & Stimmung

golden hour lighting
sunset glow / dusk light
neon lighting / cyberpunk lighting
backlit / rim light
moody lighting
overcast lighting
soft shadows
ambient occlusion
glow / bloom effect
reflected light / specular highlights

Beispiel:
moody backlit scene at golden hour with subtle rim light and cinematic haze

Umgebung & Stilwelt

Fotorealistisch / realistisch:
photorealistic, ultra realistic, high detail, 8k render

Künstlerisch / digital:
concept art, digital painting, octane render, Unreal Engine look, cinematic concept art, key art, matte painting

Stilrichtungen:
futuristic, sci-fi, cyberpunk, modern, industrial, post-apocalyptic, neo-noir, minimalist, naturalistic

Beispiel:
photorealistic cinematic still, futuristic cityscape, Unreal Engine render quality

WÖRTER FÜR FILMISCHE, REALISTISCHE ERGEBNISSE

Menschen & Ausdruck

Begriffe:

portrait shot, medium close-up, full body shot

looking directly at the camera

dramatic expression, neutral expression

natural skin texture, realistic lighting on face

three-point lighting setup

dynamic pose

Beispiel:

cinematic portrait of a young man, soft rim light, shallow DOF, expressive look, high detail skin texture

Technische Feinschliffe

Begriffe:

sharp focus

highly detailed

ultra high resolution

ray tracing reflections

subsurface scattering (for skin)

PBR materials (physically based rendering)

HDR tonemapping

realistic shadows

Beispiel:

ultra realistic lighting, PBR materials, subsurface scattering on skin, HDR tonemapping

Kompositionswörter (für Storytelling im Frame)

subject centered / off-center composition

rule of thirds

leading lines

foreground / background separation

depth cues / atmospheric perspective

symmetrical composition

framing through window / doorway

A photorealistic image of a modern residential apartment building in Germany with white plastered facades and dark-framed vertical windows. The building has four main floors plus one recessed rooftop floor. The architecture is clean and geometrical, featuring several loggia-style balconies. The photo is taken in the afternoon with soft, warm sunlight illuminating the facade and casting natural shadows. The sky is blue with a few white clouds. The surroundings include green grass, freshly planted bushes, and young leafy trees. The scene is realistic and professional, captured with a high-end architectural photography camera. The image has no digital artifacts, oversharpened edges or surreal elements — it should look like a real professional photo. The perspective is in a 45 degree arc

Seedream 4

4096×2304 Pixel

Feature

keins aktiviert

Seedream 4

4096×2304 Pixel

A photorealistic image of a modern residential apartment building in Germany with white plastered facades and dark-framed vertical windows. The building has four main floors plus one recessed rooftop floor. The architecture is clean and geometrical, featuring several....

Feature

keins aktiviert

FLUX

1376×768 Pixel

A photorealistic image of a modern residential apartment building in Germany with white plastered facades and dark-framed vertical windows. The building has four main floors plus one recessed rooftop floor. The architecture is clean and geometrical, featuring several….

Feature

keins aktiviert

Imagen 4

1408×768 Pixel

A photorealistic image of a modern residential apartment building in Germany with white plastered facades and dark-framed vertical windows. The building has four main floors plus one recessed rooftop floor. The architecture is clean and geometrical, featuring several....

Feature

keins aktiviert

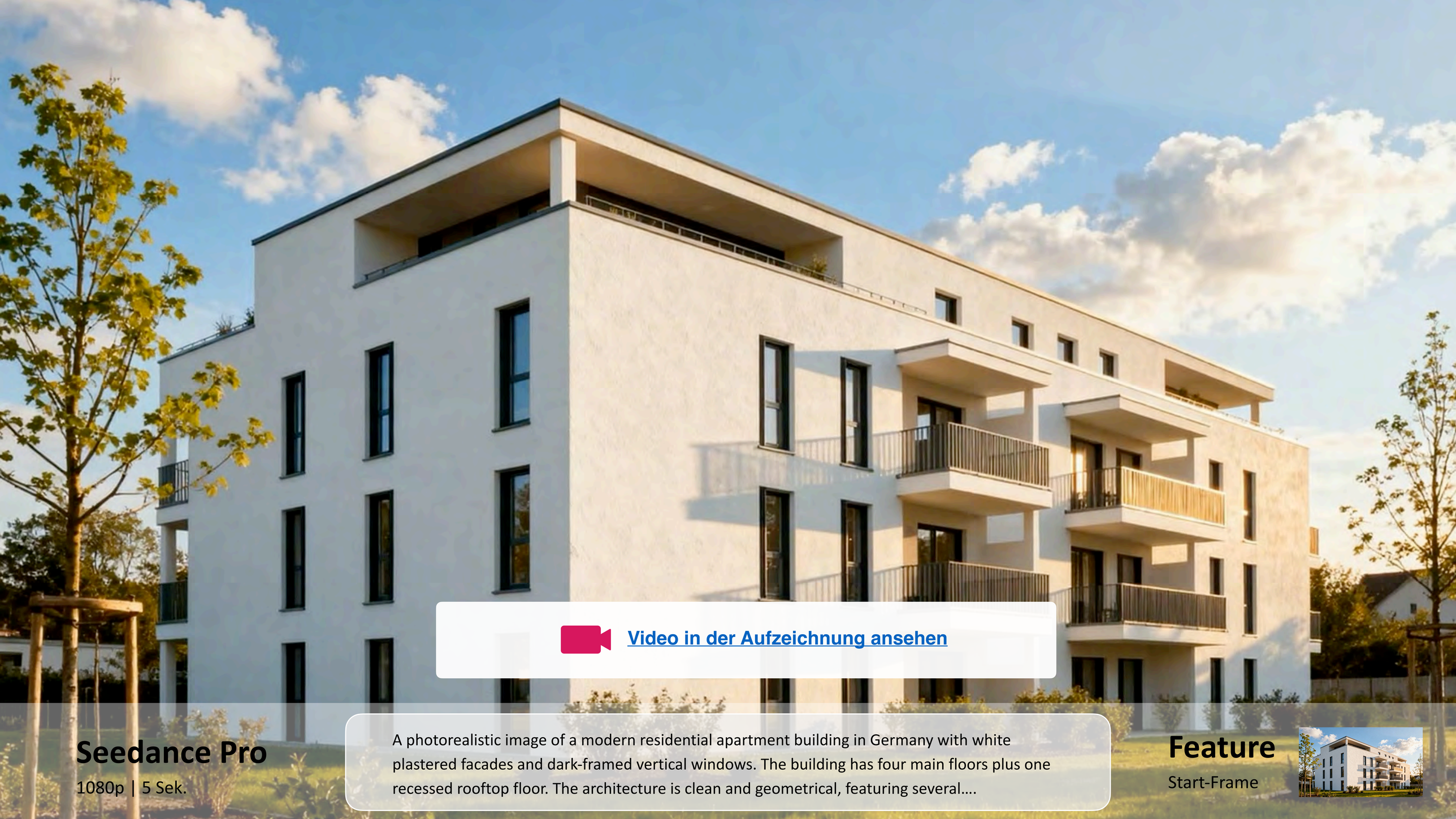
Nano Banana

1344×768

A photorealistic image of a modern residential apartment building in Germany with white plastered facades and dark-framed vertical windows. The building has four main floors plus one recessed rooftop floor. The architecture is clean and geometrical, featuring several….

Feature

keins aktiviert



Video in der Aufzeichnung ansehen

Seedance Pro

1080p | 5 Sek.

A photorealistic image of a modern residential apartment building in Germany with white plastered facades and dark-framed vertical windows. The building has four main floors plus one recessed rooftop floor. The architecture is clean and geometrical, featuring several....

Feature

Start-Frame

Video in der Aufzeichnung ansehen

Seedance Pro

1080p | 5 Sek.

A photorealistic image of a modern residential apartment building in Germany with white plastered facades and dark-framed vertical windows. The building has four main floors plus one recessed rooftop floor. The architecture is clean and geometrical, featuring several....

Feature

Start-Frame

NANO BANANA

Googles Bild-KI (2.5 Flash) in Photoshop nutzen

Phase 4: Dreh & Produktion

Krea 1

4K-Bilder

show marcus as the winner of eurovision song contest

Feature

LoRa Marcus

Krea 1

4K-Bilder

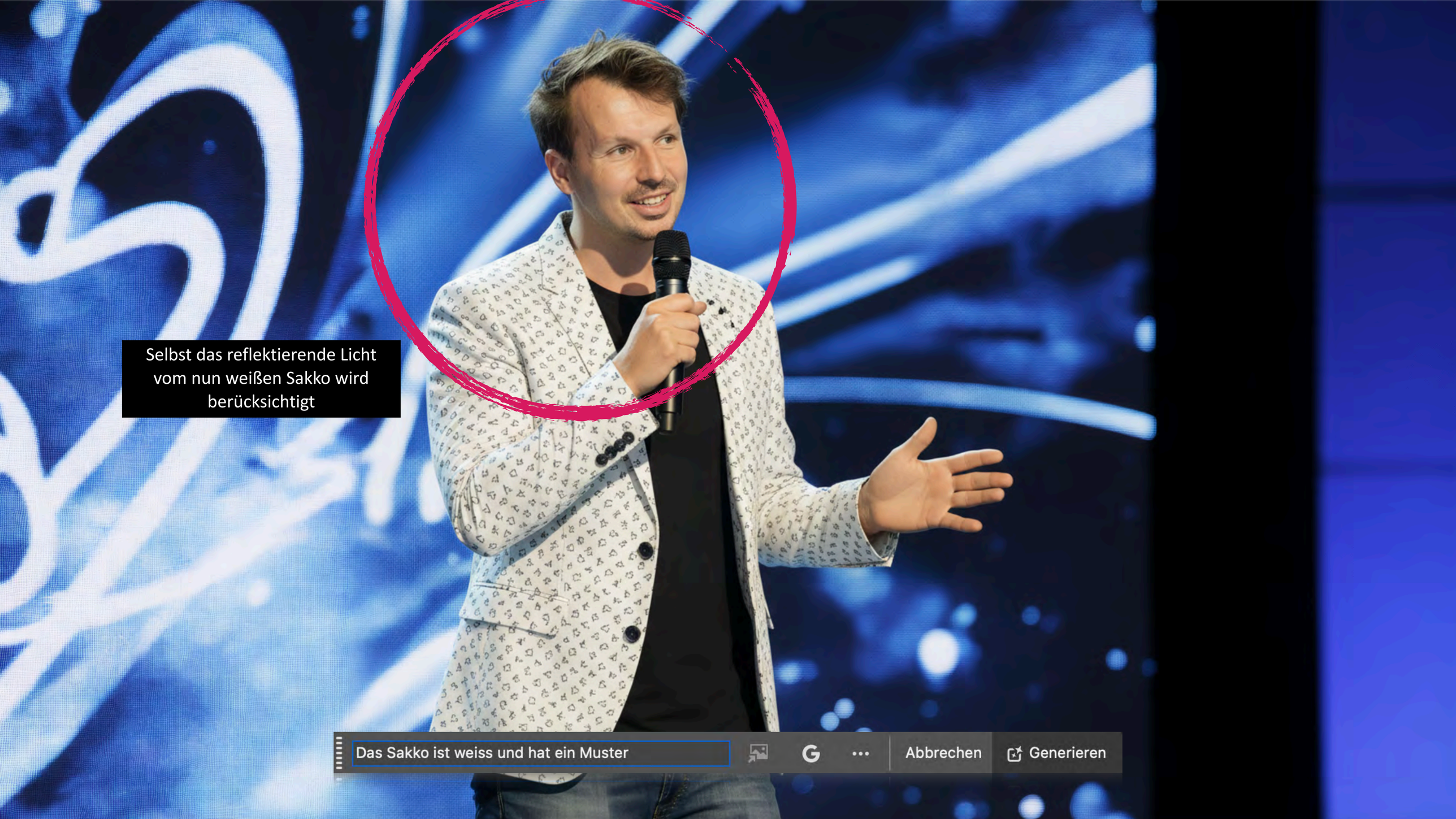
show marcus as the winner of eurovision song contest

Feature

LoRa Marcus

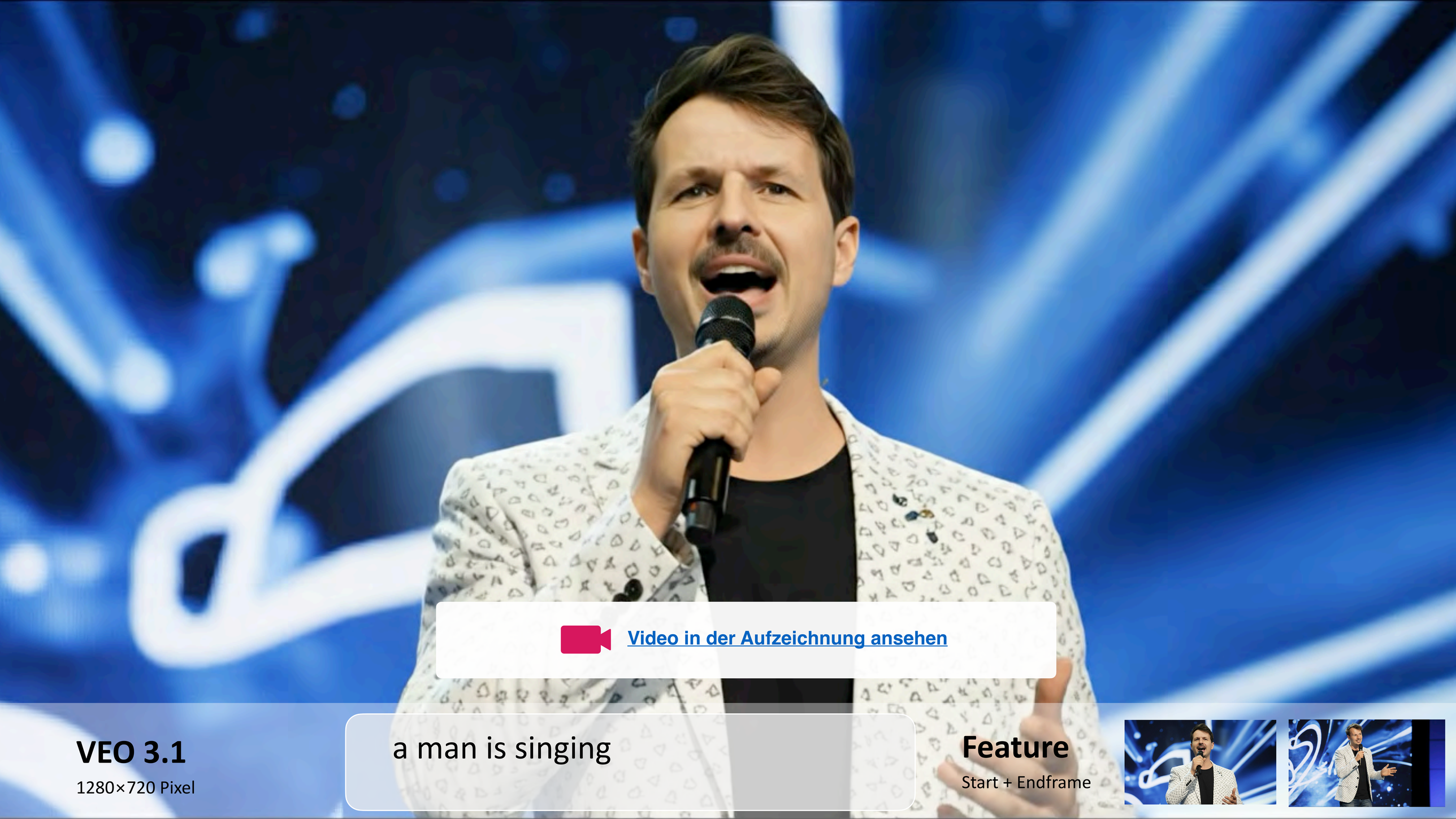
add the face to the singer
Abbrechen
Generieren
Ebenen
Kanäle
Pfade
Art
Hindurchwirken
Deckkraft: 100%
Fixieren:
Fläche: 100%
01
00
Foto Marcus
Marcus Eurovision

die hand soll fünf finger haben
Abbrechen
Generieren


Selbst das reflektierende Licht vom nun weißen Sakko wird berücksichtigt
Das Sakko ist weiss und hat ein Muster
Abbrechen
Generieren

andere perspektive im cloe-up
Abbrechen
Generieren

Andere Perspektive mit close-up
Abbrechen
Generieren



Video in der Aufzeichnung ansehen

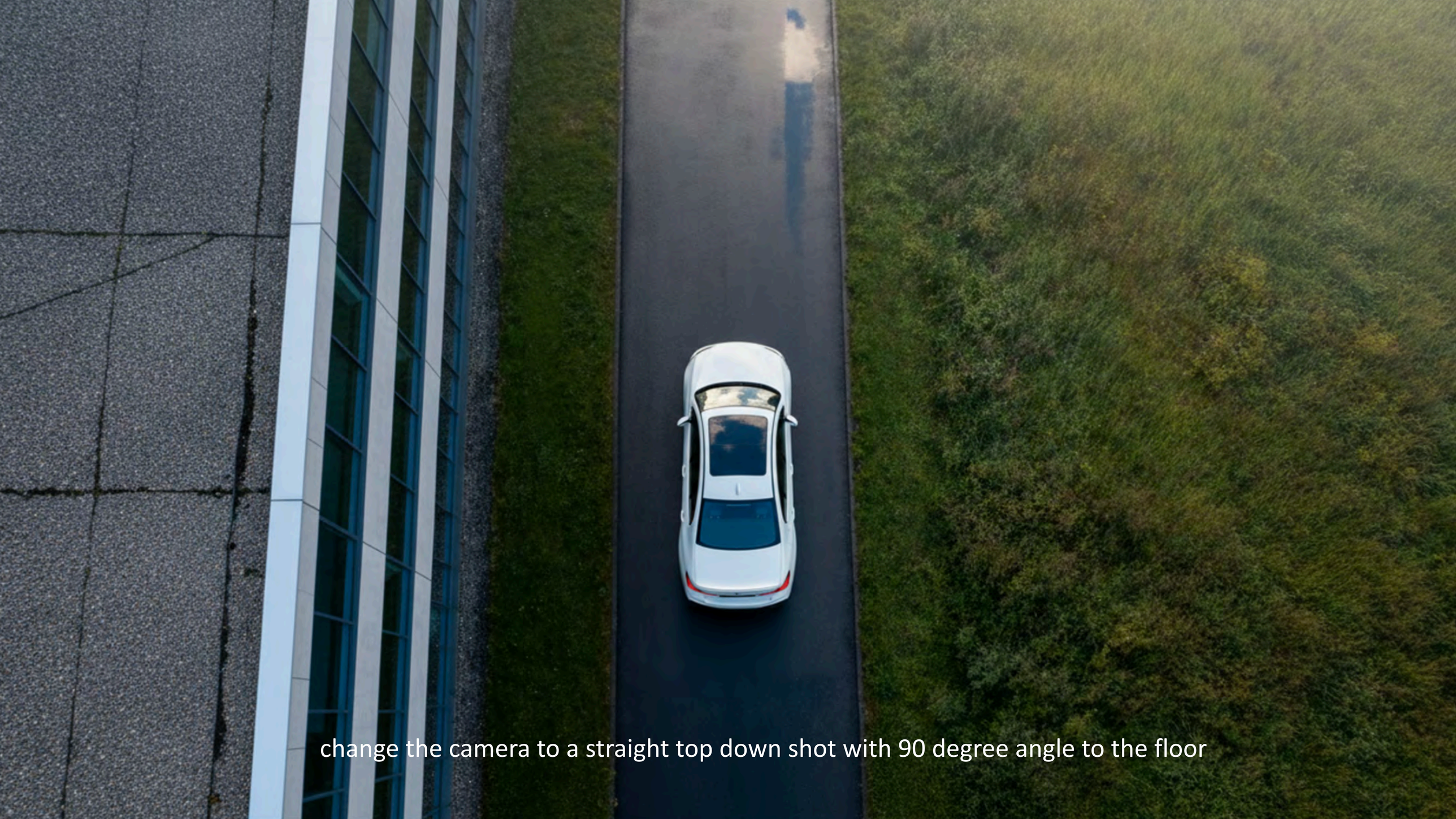
VEO 3.1

1280×720 Pixel

a man is singing

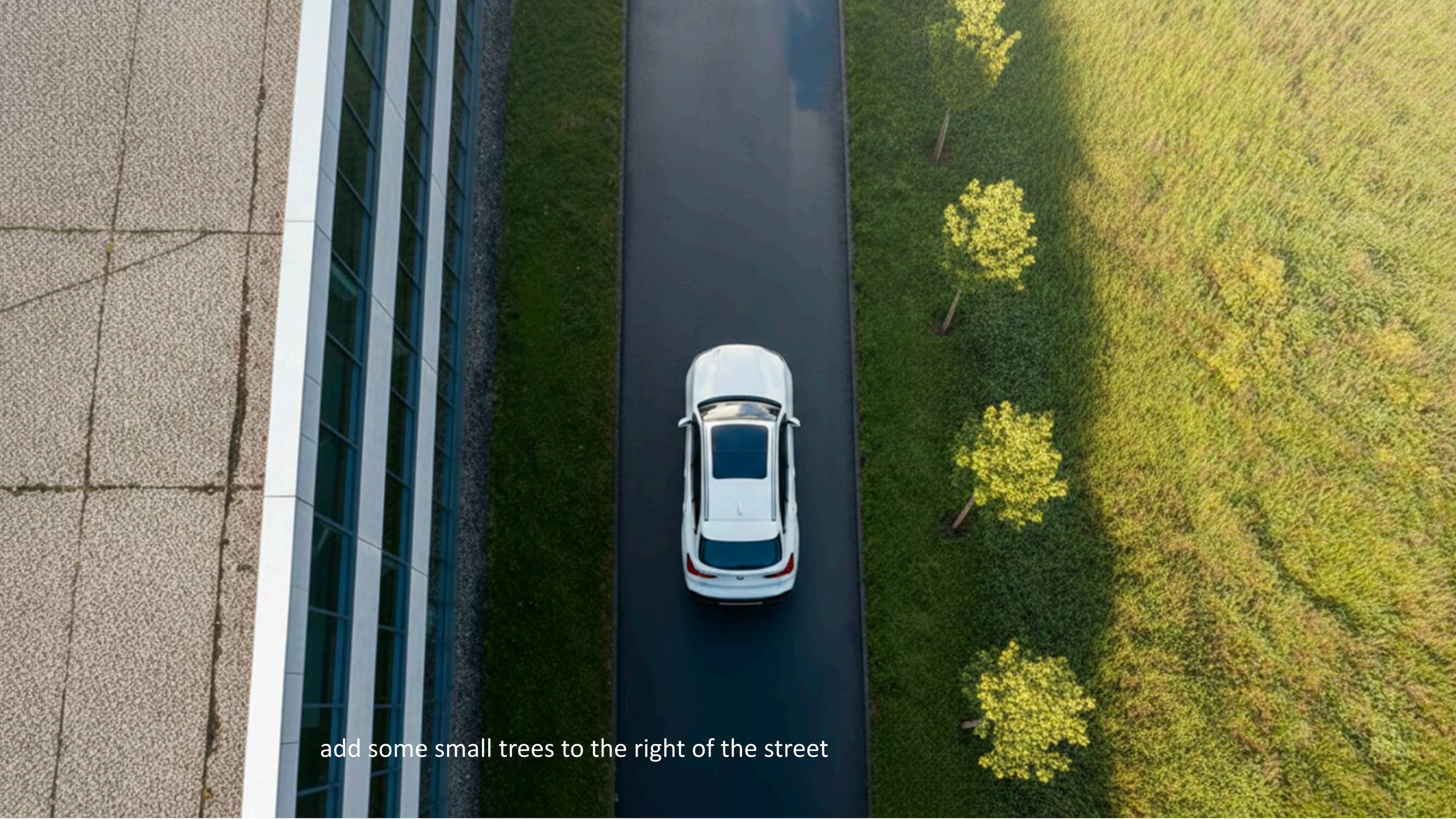
Feature

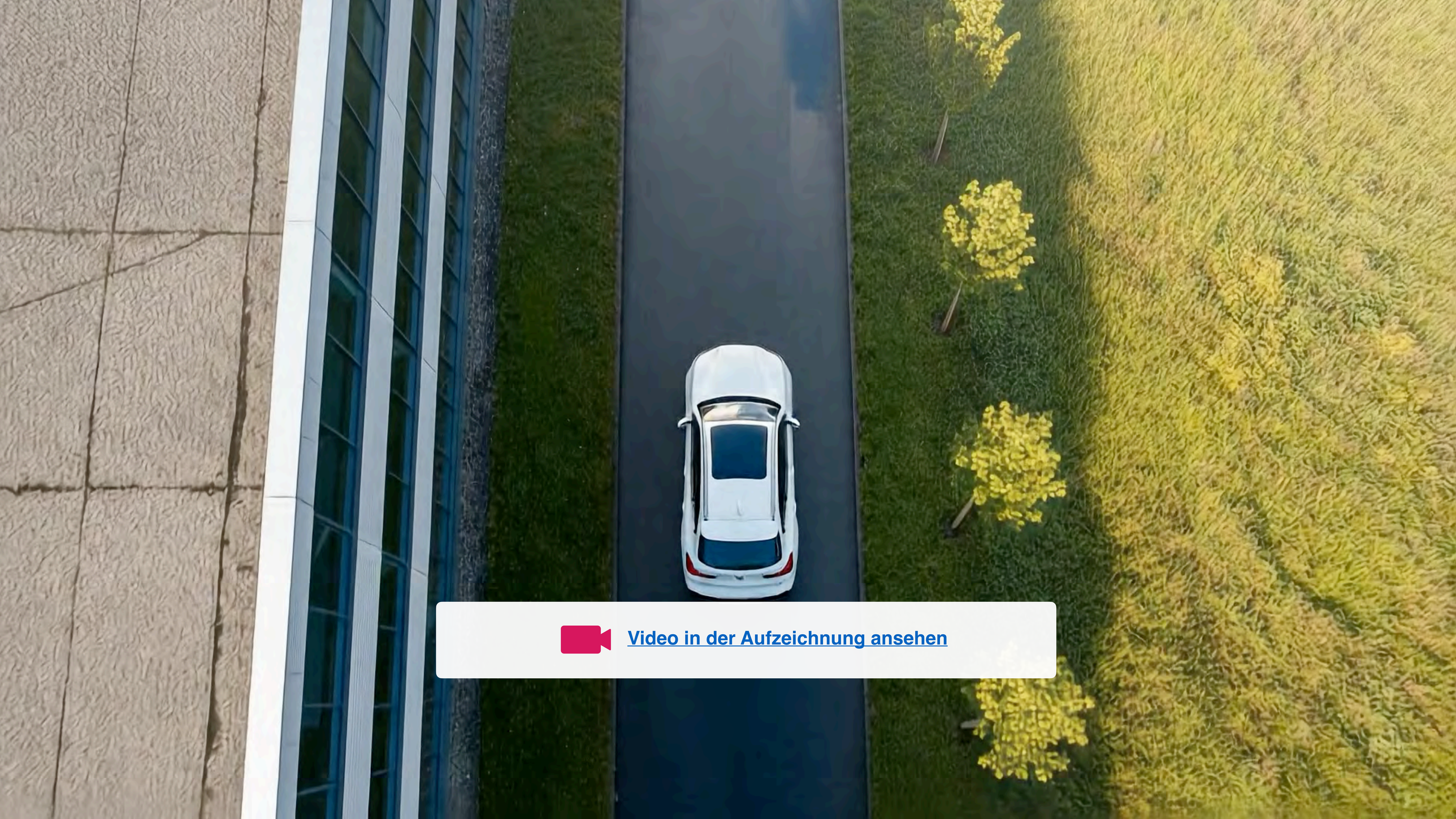
Start + Endframe


change the camera to a straight top down shot with 90 degree angle to the floor

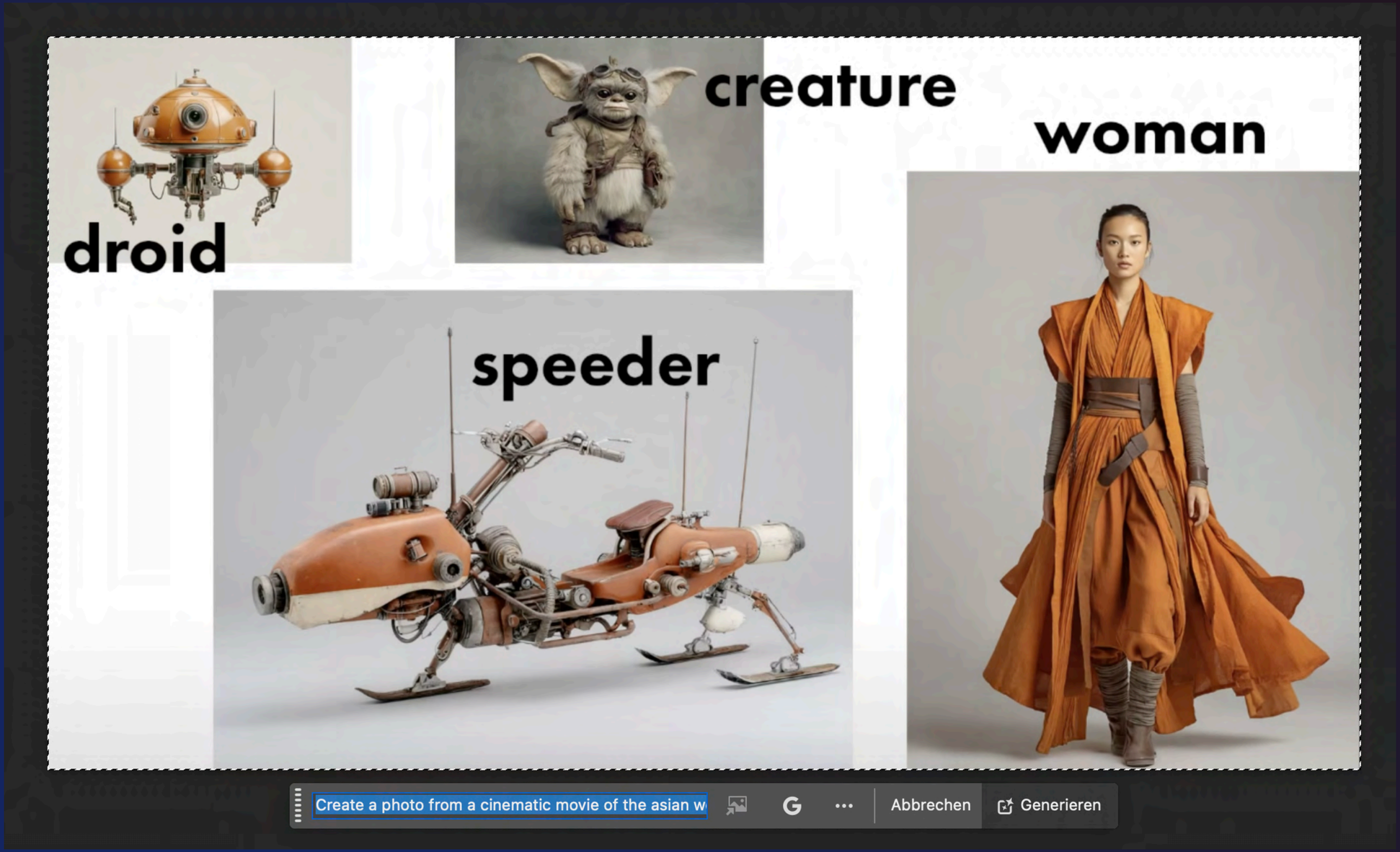
change the car to the newest BMW iX 3

The weather is sunny, but the street is in the shadow of the building.


add some small trees to the right of the street



Video in der Aufzeichnung ansehen



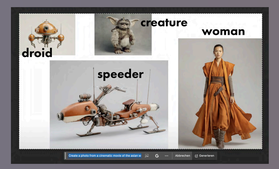
Nano Banana

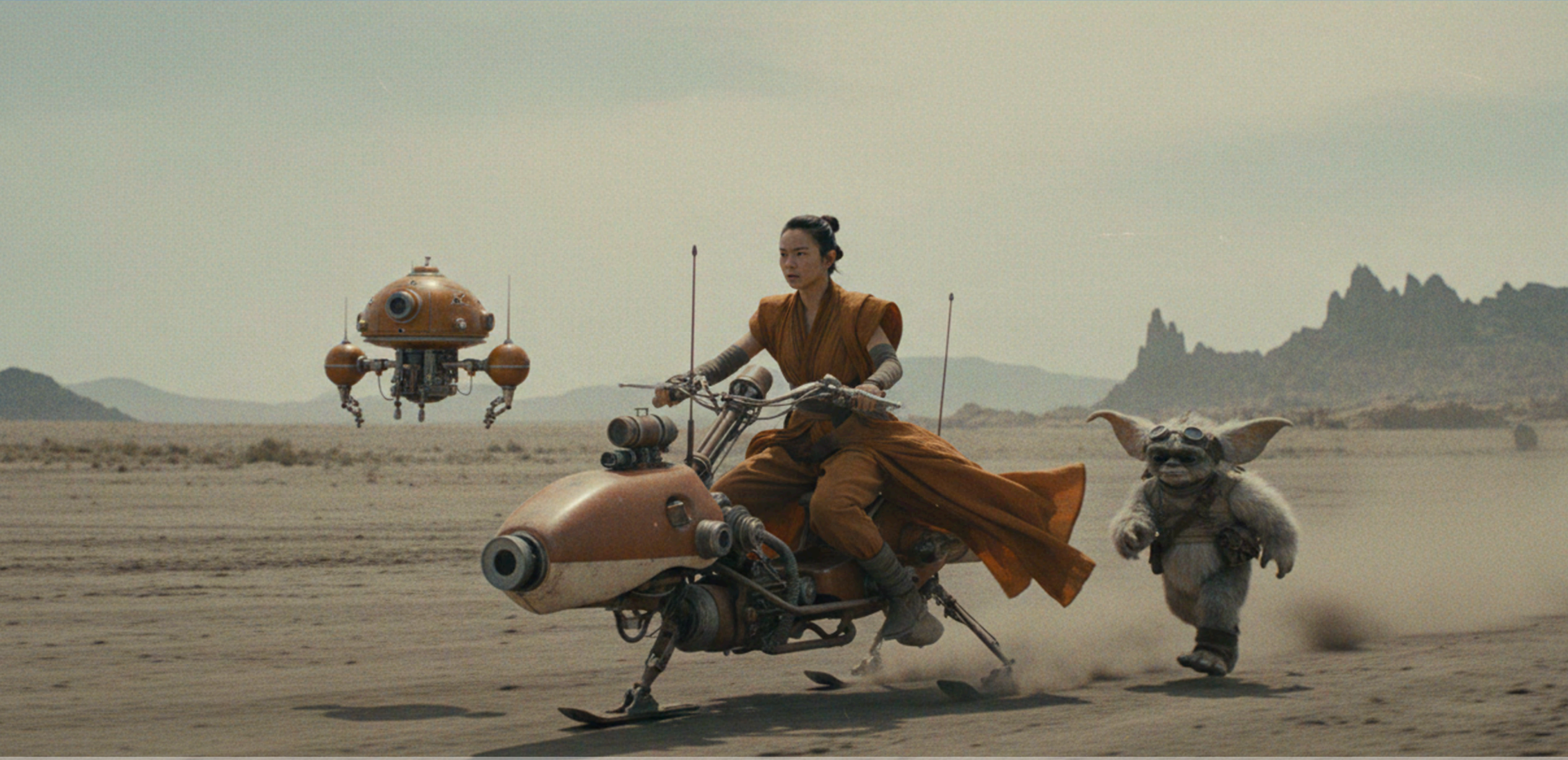
In Photoshop

Create a photo from a cinematic movie of the asian woman riding the speeder.
The droid flies in the air next to the woman and creature runs alongside her.
Muted colors, shot on 35mm film

Feature

Collage





Nano Banana

In Photoshop

Create a photo from a cinematic movie of the asian woman riding the speeder. The droid flies in the air next to the woman and creature runs alongside her. Muted colors, shot on 35mm film

Feature

None

Video in der Aufzeichnung ansehen

Kling 2.5 Turbo

10 Sek. / 1928×1072

A vast, dusty desert landscape stretches beneath a softly clouded sky, bathed in muted golden tones. At the center, a determined woman in flowing, orange-brown robes rides a futuristic speeder bike across the sand. Her garments whip dramatically in the wind as a trail of fine dust ……

Feature

Start-Frame

Nano Banana

In Photoshop

Complete the prompt

Feature

Collage

UNENDLICH LANGE VIDEOS ERZEUGEN

Phase 4: Dreh & Produktion

Start frame Optional	End frame Optional	Start frame Optional	End frame Optional	Start frame Optional	End frame Optional
5-10 Sek.	5-10 Sek.	5-10 Sek.	5-10 Sek.	5-10 Sek.	5-10 Sek.

Phase 4: Dreh & Produktion

EIGENE TRAINIERTE MODELLE (LORA) FÜR STILISIERUNG

Phase 4: Dreh & Produktion

Video in der Aufzeichnung ansehen

langesicht

BILDER VOM MOTIV (300 STK.)

BILDER VOM STIL (300 STK.)

TRAINING DES MODELLS MIT
EveryDream2trainer

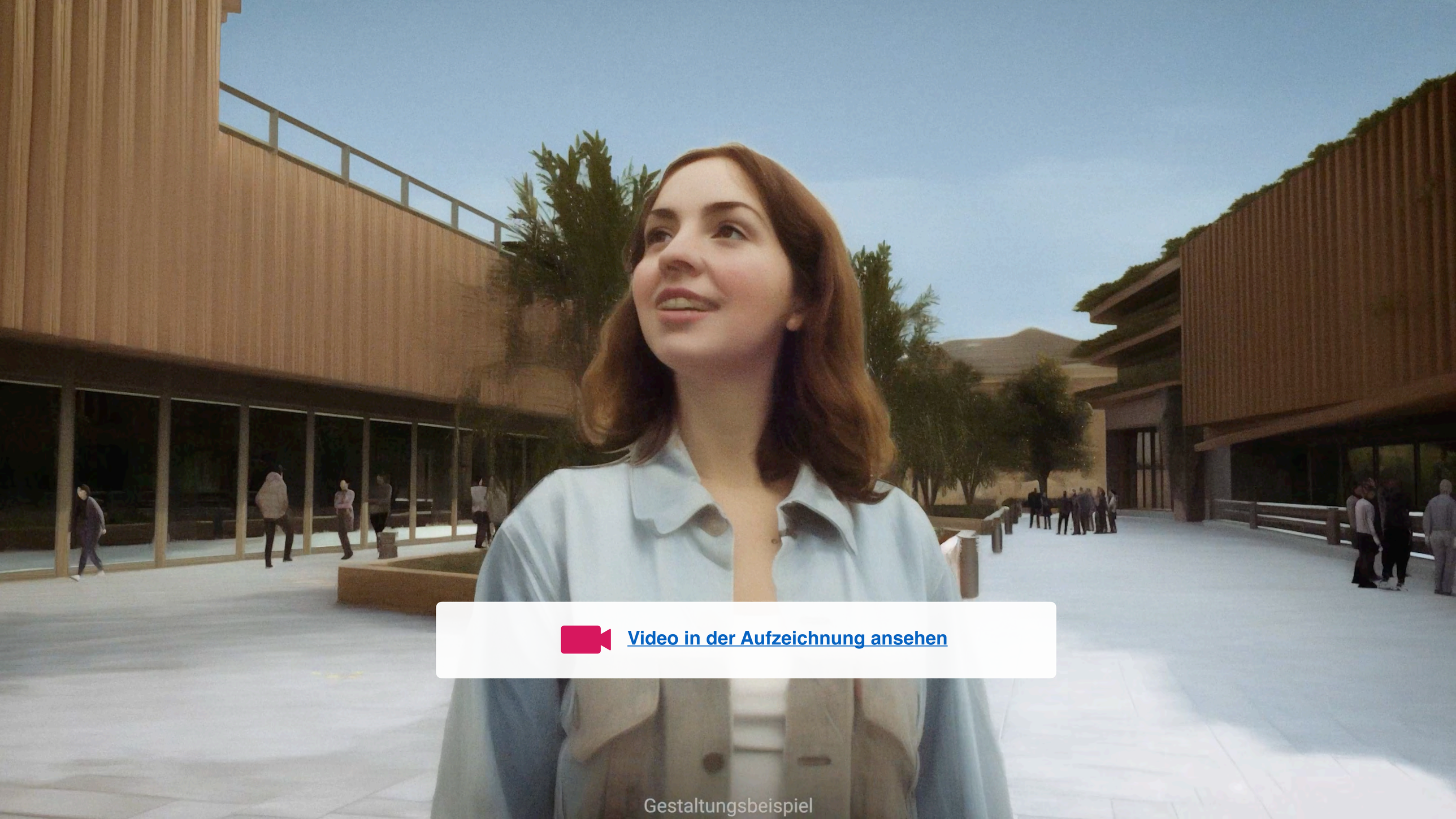
STABLE DIFFUSION

WARP FUSION

Videos

Prompts

NUTZER / INPUT

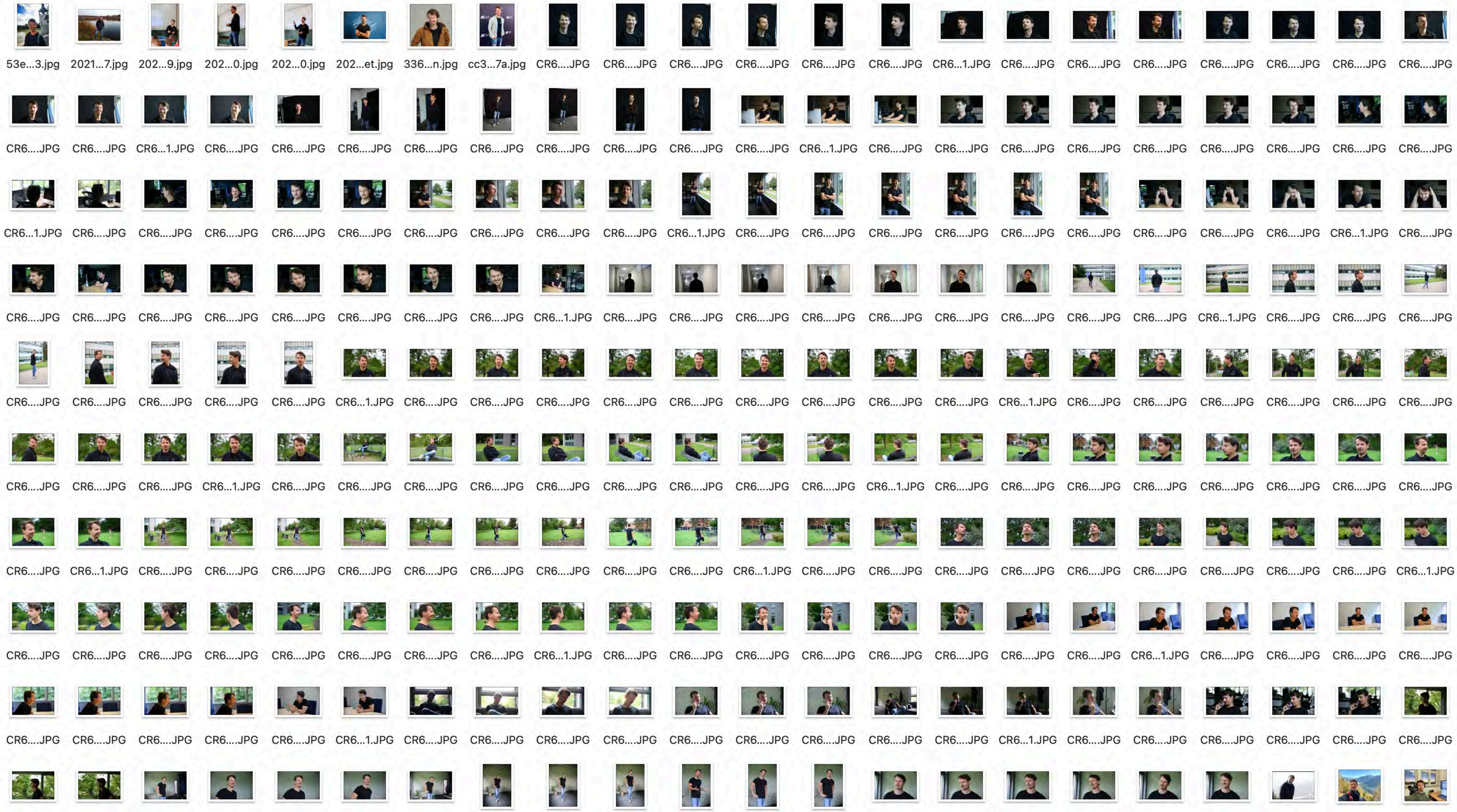


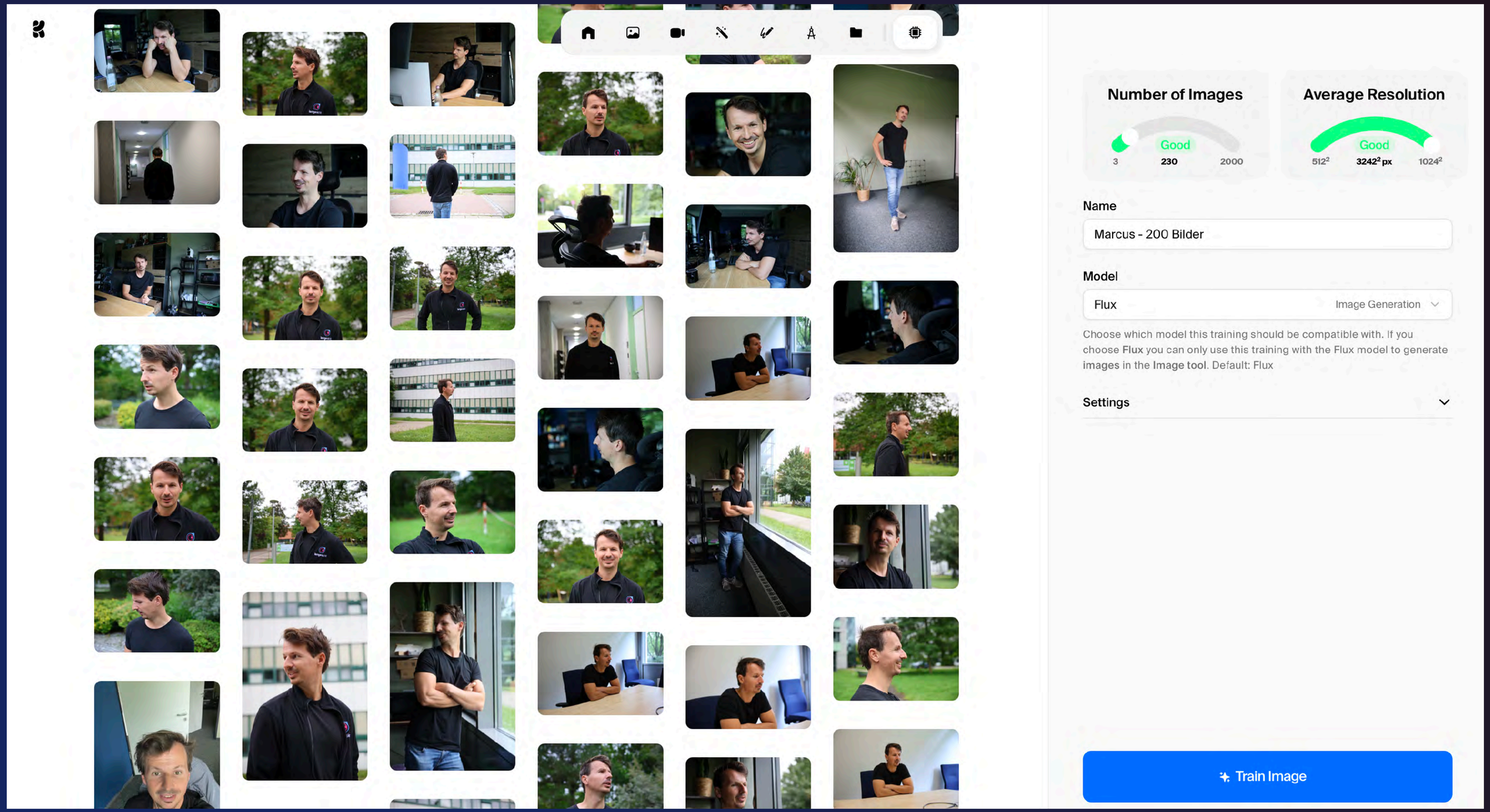
Video in der Aufzeichnung ansehen

Gestaltungsbeispiel

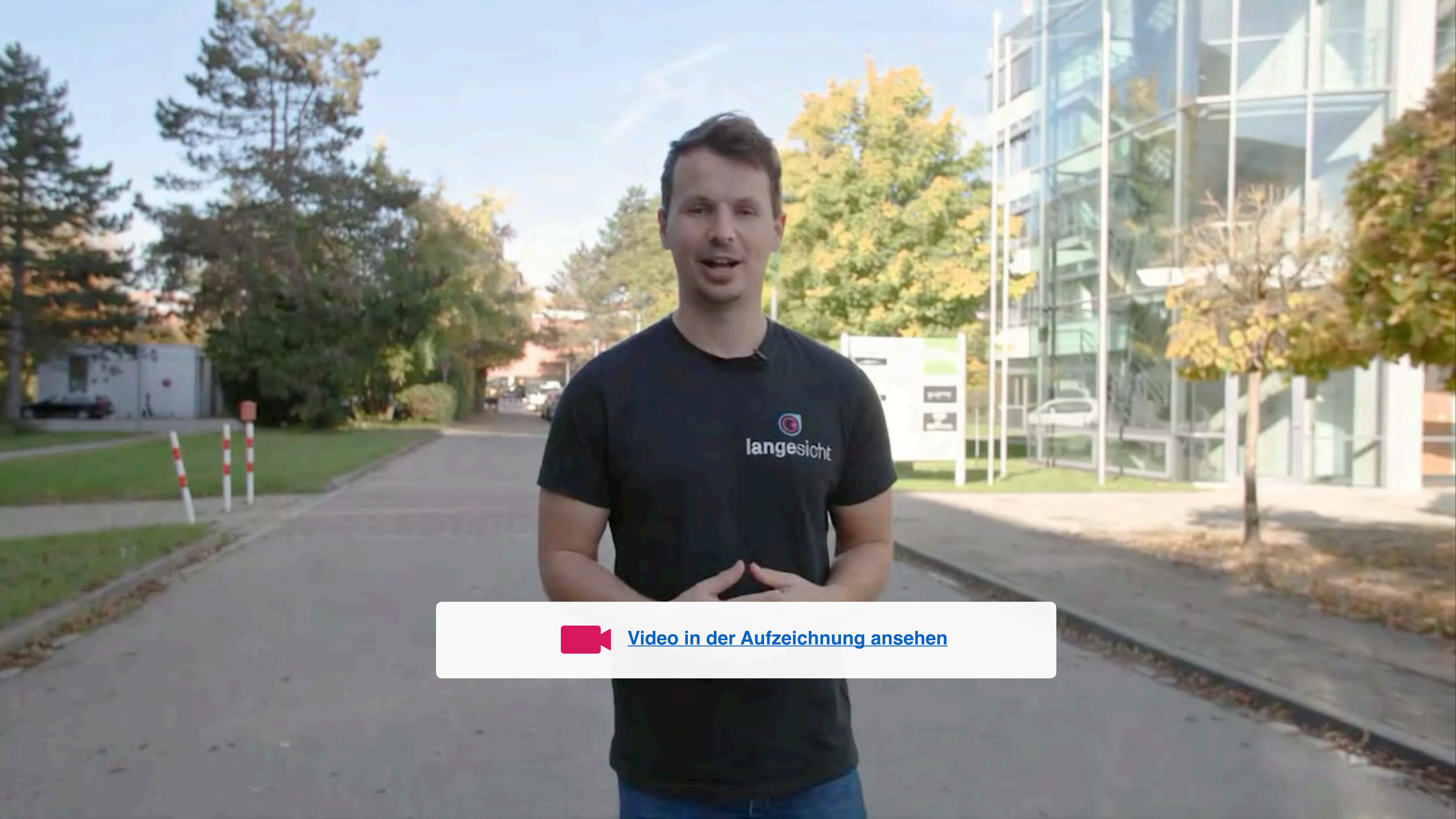
EIGENE TRAINIERTE MODELLE (LORA) FÜR DEEPFAKES*

* Deepfakes sind mittels künstlicher Intelligenz (KI) erzeugte, täuschend echte gefälschte Bilder, Videos oder Audiodateien. Der Begriff setzt sich aus "Deep Learning" und "Fake" zusammen. Deepfakes können dazu verwendet werden, Gesichter in Videos auszutauschen, Stimmen zu klonen oder ganze Videos so zu manipulieren, dass Personen Dinge sagen oder tun, die sie nie gesagt oder getan haben. Die Technologie kann für Unterhaltung, Werbung, aber auch für schädliche Zwecke wie Desinformation, Rufschädigung oder die Erstellung von gefälschter Pornografie missbraucht werden.

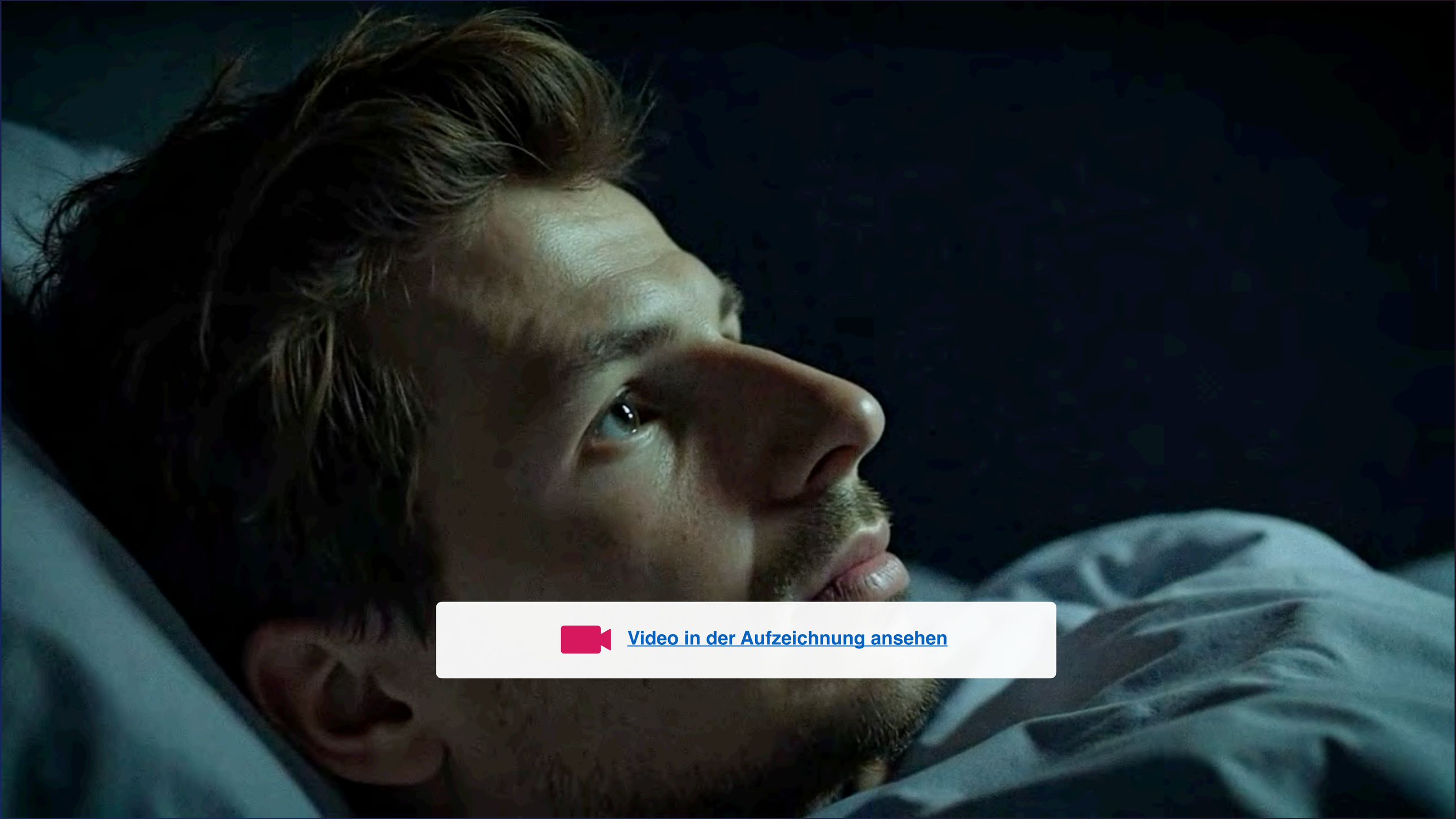

53e...3.jpg 2021...7.jpg 202...9.jpg 202...0.jpg 202...0.jpg 202...et.jpg 336...n.jpg cc3...7a.jpg CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG
CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG
CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG
CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG
CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG
CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG
CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG
CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG
CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6...1.JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG CR6....JPG



Lora in krea.ai anlegen



Video in der Aufzeichnung ansehen



Video in der Aufzeichnung ansehen

VOICE OVER
ELEVENLABS

Video in der Aufzeichnung ansehen

Video in der Aufzeichnung ansehen

RENDERZEITEN REDUZIEREN

Phase 4: Dreh & Produktion

Phase 4: Dreh & Produktion

füge realistische Details hinzu, damit es nah einer echten Fassade von einem Büro aussieht

Nano Banana

Phase 4: Dreh & Produktion

Video in der Aufzeichnung ansehen

Seedance Pro

1080p | 10 Sek.

Die Kamera entfernt sch vom Fenster und bleibt auf der selben Höhe. dadurch wird das gesamte Bürogebäude sichtbar. achte darauf, dass die Fenster eine realistische Höhe von 1,5m haben und alle gleich hoch sind

Feature

Start-Frame

Video in der Aufzeichnung ansehen

Seedance Pro

1080p | 10 Sek.

The camera performs a smooth horizontal pan of about 60 degrees around the Y-axis, keeping the central focus locked on the midpoint of the distant windowsill (Fensterbank) in the scene. The motion is steady and cinematic, resembling a controlled tripod pan.

Feature

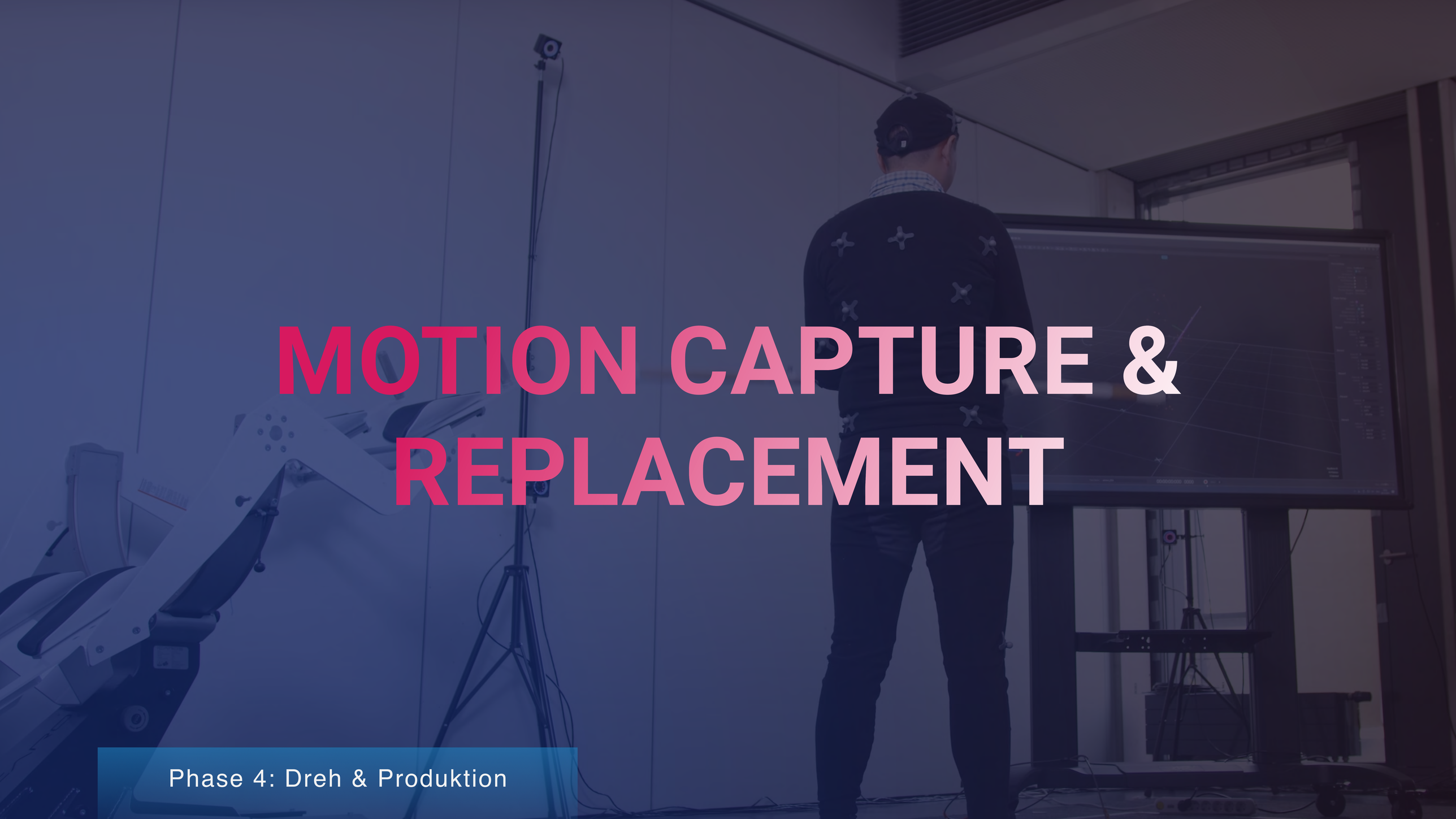
Start-Frame

langesicht

VORTEILE

WIR MÜSSEN KEINE KAMERA SETZEN

SPART 240 FRAMES, DIE MIT 5 MINUTEN GERENDERT WERDEN MÜSSEN

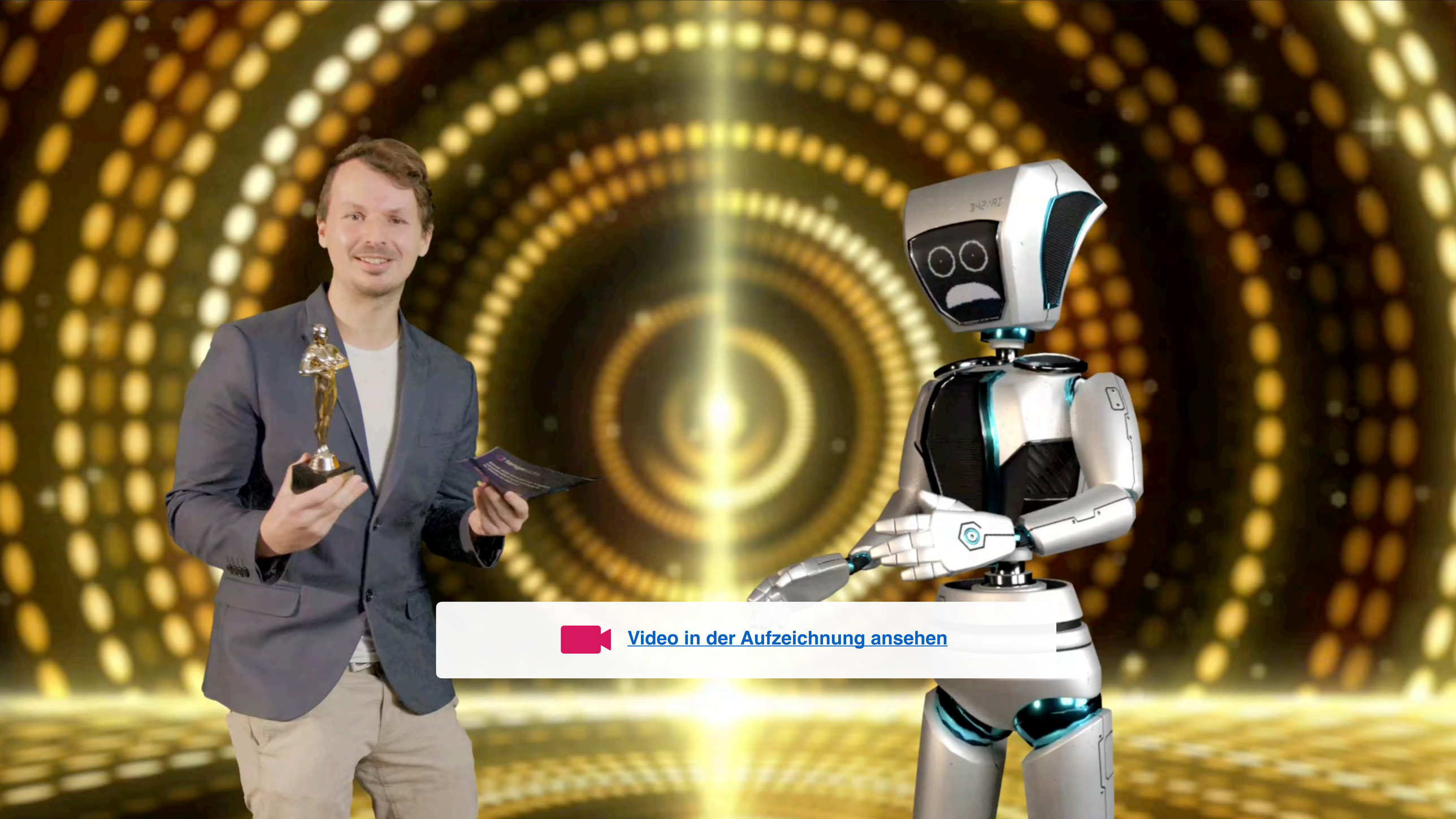


MOTION CAPTURE & REPLACEMENT

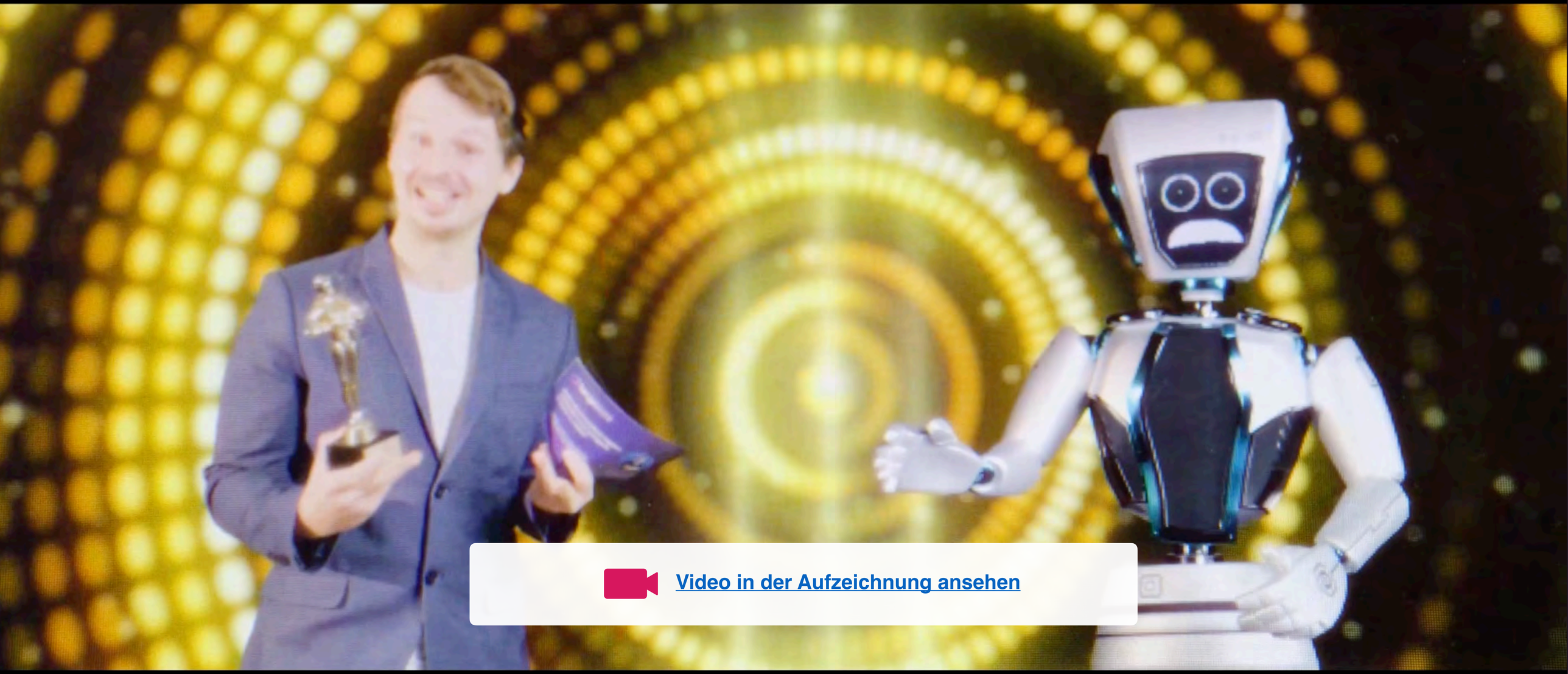
Phase 4: Dreh & Produktion

langesicht
Video in der Aufzeichnung ansehen

langesicht
Video in der Aufzeichnung ansehen

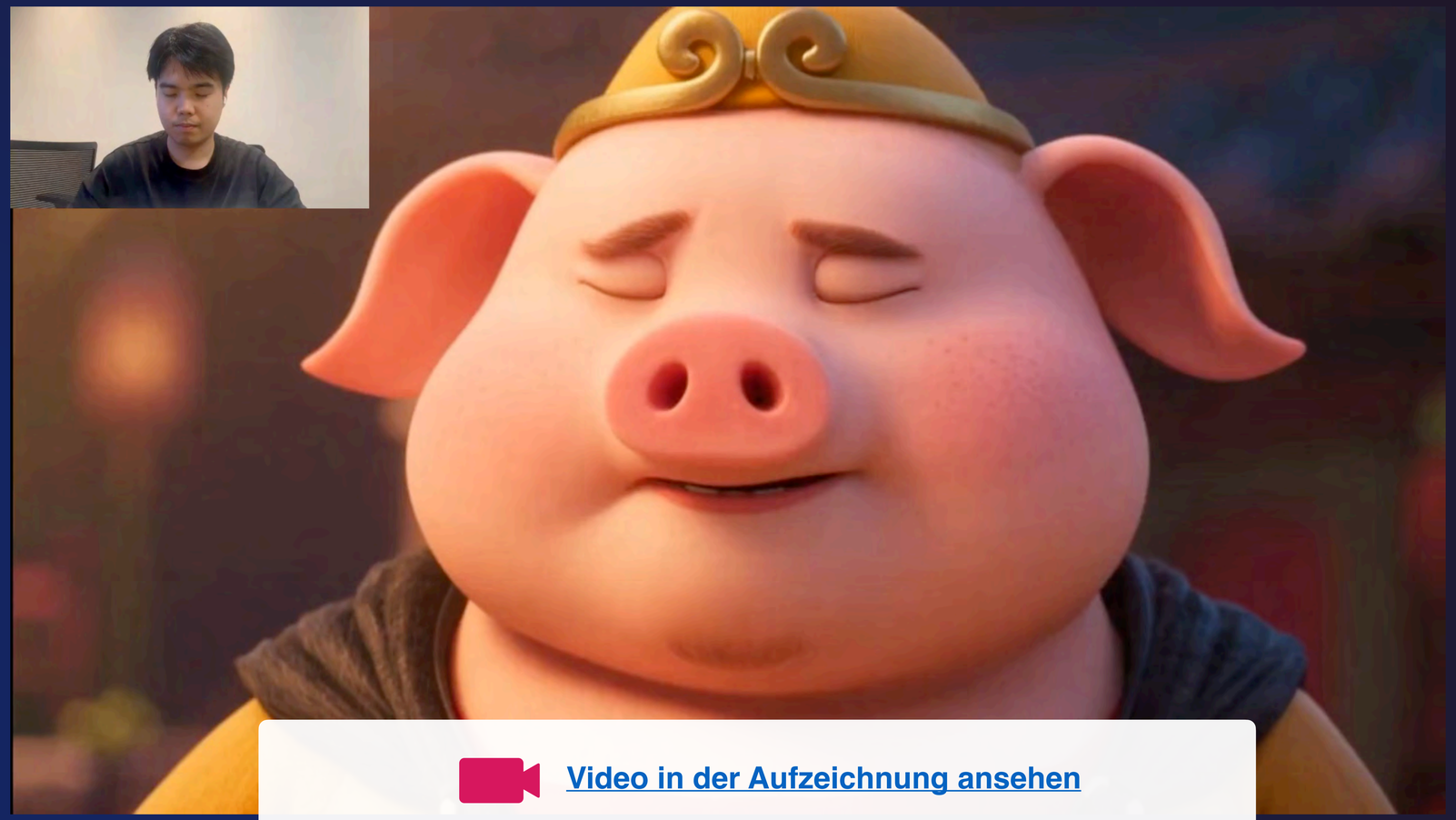


Video in der Aufzeichnung ansehen



Video in der Aufzeichnung ansehen

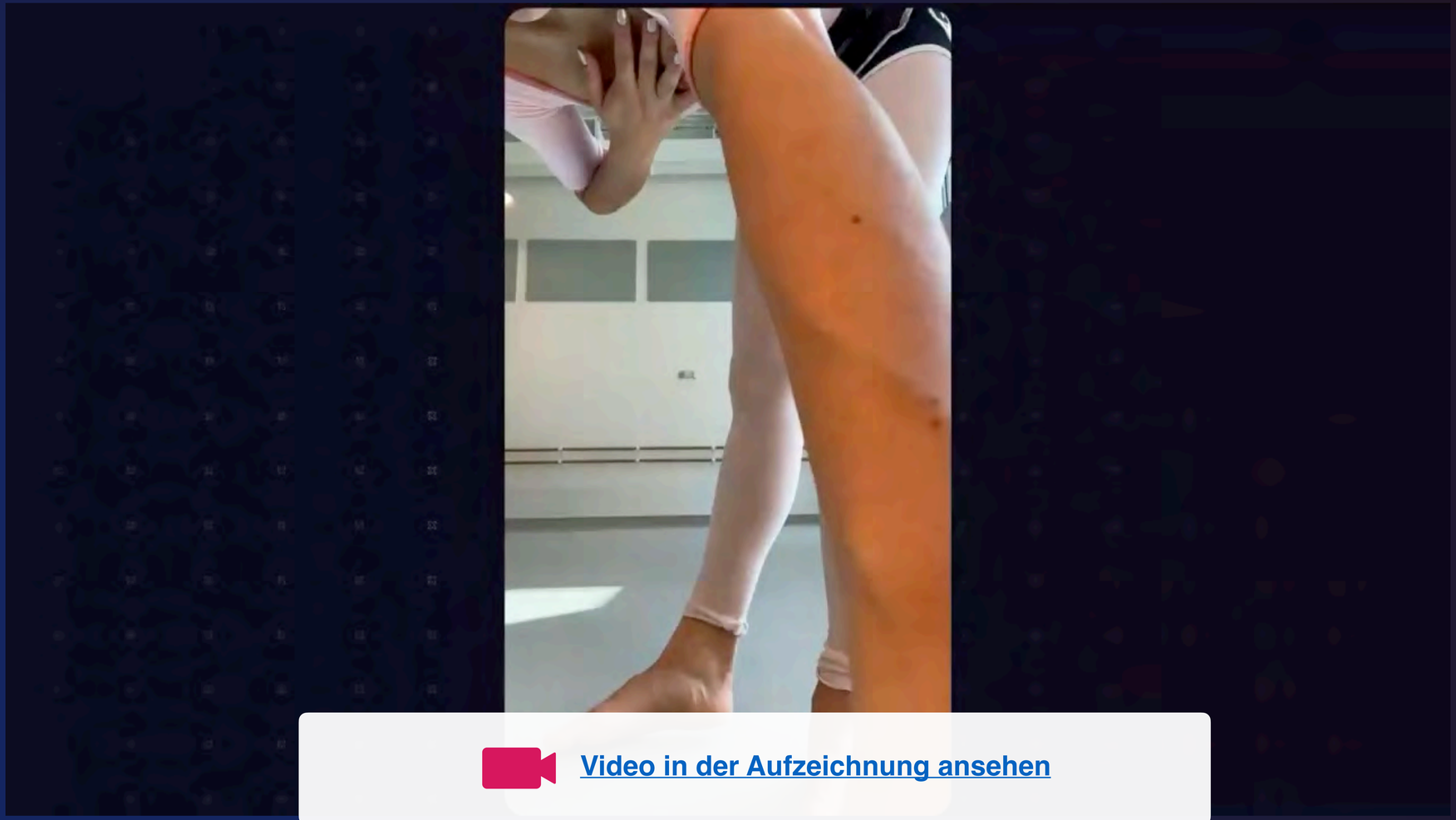
Produktion



Video in der Aufzeichnung ansehen

WAN Animate

Acting auf KI übertragen



Video in der Aufzeichnung ansehen

www.kinetix.tech

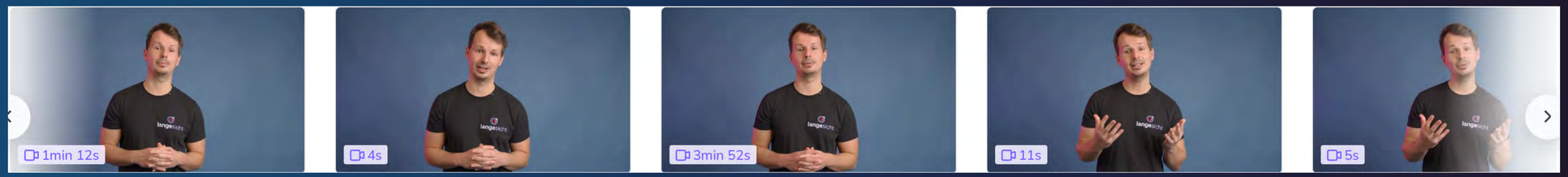
Acting auf KI übertragen

PERSONALISIERUNG

Phase 4: Dreh & Produktion

VIDEOKARTE

Unser strategischer & effizienter Prozesse
Ablauf der Zusammenarbeit
Phase 1
Kick-Off
Beim Kick-Off geht es darum, deine Zielgruppe, USPs und Kampagnenziele genau zu verstehen, damit wir gemeinsam den besten Weg für deine Strategie finden.
Phase 2
Zielgruppenanalyse
Mit KI-gestützter Datenanalyse und Erfahrung aus zahlreichen Projekten definieren wir Ansprache, Plattformen und Videoformate, um dein Zielpublikum gezielt zu erreichen.
Phase 3
Konzeption & Story
Wir entwickeln ein individuelles, greifbares Filmkonzept und visualisieren die Vision mit Moodboards, Styleframes und animierten Storyboards – während wir parallel den Dreh organisieren.
Phase 4
Dreh & Produktion
Eine detaillierte Drehplanung gewährleistet einen effektiven Dreh und maximalen Output, ohne den Alltagsbetrieb zu stören.
Phase 5
Auslieferung
Neben dem eigentlichen Hauptfilm sind angepasste Marketing-Assets wie z.B. zusätzliche Reels in jedem unserer Pakete inbegriffen.
Jetzt kostenfreies Konzept anfragen!
langesicht
Deine persönliche Nachricht
Klick!
Großes Kino für dein Unternehmen
Ergebnisse unserer Kunden
Dein kostenfreies Konzept sichern!


1min 12s
4s
3min 52s
11s
5s

langesicht

WAS KI NICHT KANN...

EMOTION & AUTHENTIZITÄT DARSTELLEN

VERTRAUEN AUFBAUEN!

KREATIV SEIN!

langesicht

WAS KI KANN

EFFIZIENZ STEIGERN
DATEN AUSWERTEN
IDEENFINDUNG UNTERSTÜTZEN
INDIVIDUALISIERUNG

KOSTEN?

Seedance Pro

5 Sek in 720p = 8 Credits
5 Sek in 1080p = 18 Credits

10 Sek in 720p = 16 Credits
10 Sek in 1080p = 36 Credits

1 Sek. in 720p = 6 Cent
1 Sek in 1080p = 13 Cent

Kling 2.1

5 Sek in 720p = 5 Credits
5 Sek in 1080p = 10 Credits

10 Sek in 720p = 10 Credits
10 Sek in 1080p = 20 Credits

1 Sek. in 720p = 4 Cent
1 Sek in 1080p = 7 Cent

Kling 2.5 Turbo

5 Sek in 720p = 4 Credits
5 Sek in 1080p = 8 Credits

10 Sek in 720p = 6 Credits
10 Sek in 1080p = 12 Credits

1 Sek. in 720p = 3 Cent
1 Sek in 1080p = 6 Cent

Google Veo 3.1 Fast

8 Sek in 720p = 22 Credits
1 Sek. in 720p = 10 Cent

Google Veo 3

8 Sek in 1080p = 58 Credits
1 Sek. in 1080p = 25 Cent

Sora 2

4 Sek in 720p = 10 Credits
8 Sek in 720p = 20 Credits
12 Sek in 720p = 29 Credits

1 Sek. in 720p = 9 Cent

1 Credit = 3,5 Cent (Higgsfield.ai)

langesicht

Videoproduktion für visionäre B2B Unternehmen und Institutionen

Wir machen Zukunft sichtbar mit hybridem Videomarketing

🎬 Video | ✨ 3D-Visuals | KI-Content