

KI PRAKTISCH

KI-Bilder mit Wiedererkennungswert - warum das Tool allein nicht reicht

Wie Unternehmen konsistente KI-Bilder für Marke und Marketing erstellen – mit System-Prompt, Referenzbild oder Omni Reference. Praktisch erklärt.

AUTOR

Natascha Reiner

VERÖFFENTLICHT

3. Juni 2026

ONLINE LESEN

<https://wissen.strukturaflow.it.com/ki-bilder-mit-wiedererkennungswert-warum-das-tool-allein-nicht-reicht/>

Sie öffnen ChatGPT oder Midjourney, tippen einen Prompt, bekommen ein Bild. Es sieht gut aus. Beim nächsten Mal tippen Sie etwas Ähnliches – und bekommen etwas völlig anderes. Andere Lichtstimmung, andere Gesichtszüge, anderes Gefühl. Wer KI-Bilder für sein Unternehmen nutzt, kennt das: Die Einzelbilder sind oft brauchbar. Aber als Serie, als Kampagne, als wiedererkennbare Bildwelt – funktioniert es nicht.

Das ist kein Qualitätsproblem. Es ist ein Systemproblem.

KI-Bildgeneratoren haben kein Gedächtnis. Jede Generierung ist ein Neustart. Die KI weiß nicht, wie Ihr Unternehmen aussieht, welche Farben zu Ihrer Marke gehören, ob Ihr Handwerker auf dem letzten Bild einen Bart hatte oder nicht. Sie interpretiert Ihren Prompt neu – jedes Mal.

Das größte Problem bei KI-Bildern ist Inkonsistenz. Referenzbilder müssen im Chat immer wieder neu hochgeladen werden, und wer professionelle Tools kombiniert, landet schnell bei dreistelligen Monatsbeträgen.

Die Lösung ist kein teureres Tool. Die Lösung ist Struktur – und die sieht je nach Betrieb anders aus.

Dieser Artikel zeigt drei konkrete Szenarien aus der Praxis: Handwerksbetriebe, die ihre Social-Media-Präsenz selbst bespielen; Produkt-Brands, die saisonale Kampagnen ohne Fotoshooting umsetzen; und Unternehmen, die denselben Charakter in verschiedenen Situationen zeigen wollen. Für jedes Segment gibt es eine passende Lösung – keine davon erfordert ein IT-Studium.

Segment 1: Handwerk und lokale Betriebe

Das Szenario

Ein Elektriker braucht ein Bild für den Flyer zur Herbstaktion. Ein Friseur möchte seine Google-Business-Fotos auffrischen. Ein Installateur sucht ein Headerbild für die neue Website-Seite. Kein Fotograf, kein Designer, kein Budget für beides.

Das ist der Bereich, in dem KI im Arbeitsalltag am meisten Zeit spart – aber auch der Bereich, in dem die meisten Betriebe keine Struktur haben. Das Ergebnis: jeder Social-Post sieht anders aus, kein Wiedererkennungswert, die Marke zerfasert still und leise.

Die Lösung: Ein einmaliger System-Prompt

Für dieses Segment braucht es kein Workflow-Tool und keine Spezialsoftware. Es braucht einen einzigen, gut ausgearbeiteten Prompt-Block – einmal erstellt, immer wieder verwendet.

So funktioniert es in der Praxis:

Legen Sie in ChatGPT einen eigenen Custom GPT an (Details zu ChatGPT vs. Copilot Plänen finden Sie in unserem Vergleich – welcher Plan Custom GPTs einschließt, ändert OpenAI regelmäßig). Im Systemfeld hinterlegen Sie einmalig Ihre Corporate-Design-Vorgaben:

Du bist der KI-Bildassistent von [UNTERNEHMENSNAME].

MARKE:

- Branche: [z.B. Elektroinstallation, Steiermark]
- Tonalität: vertrauenswürdig, bodenständig, regional
- Zielgruppe: Privatkunden, Haushalte, 35–65 Jahre

CORPORATE DESIGN:

- Primärfarbe: [z.B. #1A2F5C – Dunkelblau]
- Akzentfarbe: [z.B. #E87722 – Orange]
- Schrift Überschriften: [z.B. Montserrat Bold]
- Schrift Fließtext: [z.B. Open Sans Regular]
- Bildstil: fotorealistisch, natürliches Licht, freundliche Stimmung, keine Stockfoto-Ästhetik, keine überladenen Hintergründe
- Schrift im Bild: keine – Text wird später in Canva ergänzt

QUALITÄTSVORGABEN:

- Keine Hände im Vordergrund (KI-Schwäche, besser vermeiden)
- Immer mit konkreter Szene statt allgemeiner Beschreibung
- Format immer explizit angeben: 16:9 für Web, 9:16 für Instagram

Ab jetzt geben Sie in diesem Custom GPT nur noch den Bildinhalt ein – alles andere ist bereits gesetzt. Der Elektriker schreibt: „Elektriker bei der Arbeit an einer Unterverteilung, modernes Einfamilienhaus, Tageslicht“ – und bekommt ein Bild, das konsistent zur Marke passt.

Praktischer Tipp: Speichern Sie den Prompt-Block zusätzlich in einer Textdatei oder in Notion. Wenn Sie das Tool wechseln oder einen Kollegen einarbeiten, ist die Grundlage sofort verfügbar.

Vergleichstabelle „Die 3 Szenarien für KI-Bilder“: Handwerk und Produkt-Brands im Vergleich nach Hauptaufgabe, Kernproblem, Lösung, Komplexität, Skalierung.

Segment 2: Produkt-Brands mit Wow-Anspruch

Das Szenario

Ein Kosmetikbrand braucht Produktfotos in verschiedenen Szenen – ohne bei jedem neuen Produkt ein Fotoshooting zu buchen. Ein Möbelhersteller will sein Sofa in zehn verschiedenen Wohnambientes zeigen. Eine Lebensmittelmarke braucht saisonale Kampagnenbilder, in denen das Produkt immer dasselbe ist, die Umgebung aber wechselt.

Hier reicht ein System-Prompt nicht mehr. Das Problem ist nicht der Stil – das Problem ist das Objekt. Das Produkt muss in jedem Bild exakt gleich aussehen: dieselbe Form, dieselbe Farbe, dasselbe Material. KI erfindet Produktdetails gerne neu, wenn sie keine Referenz hat.

Die Lösung: Referenzbilder als Anker

Die meisten Inkonsistenzen entstehen, weil die KI rät, wie das Hauptobjekt aussieht. Ein Referenzbild eliminiert dieses Raten. Das funktioniert schon mit den Basis-Tools – und deutlich effizienter mit spezialisierten Plattformen.

So funktioniert es in der Praxis:

Der einfachste Einstieg: ein echtes Produktfoto als Referenz direkt in den Prompt-Prozess einbinden. In ChatGPT (GPT-4o) oder Midjourney laden Sie ein Bild hoch und beschreiben dann per Prompt die Szene, in der das Produkt erscheinen soll.

Für regelmäßige, volumenmäßige Produktionsarbeit lohnt sich **Freepik Spaces**. Das im November 2025 gestartete Tool ist eine node-basierte Arbeitsfläche, auf der Teams KI-Workflows in Echtzeit aufbauen, automatisieren und gemeinsam bearbeiten können – mit fertigen Templates für Produktvariationen, Social-Media-Posts und Kampagnenadaptierungen.

Der Ablauf in Freepik Spaces:

1. Produktfoto einmal hochladen als fixe Referenz-Node
2. Szenen-Prompt als Variable definieren (Sommer / Winter / Innen / Außen)
3. Mehrere Variationen auf einmal generieren – alle mit demselben Produkt
4. Direkt im Tool hochskalieren und für verschiedene Formate exportieren

Teams, die so arbeiten, erstellen dedizierte Spaces für verschiedene Projekte oder Kunden, mit Ordnern für Rohdaten, freigegebene Assets und finale Deliverables – ein Produktionsprozess, dem alle Beteiligten folgen können.

Praktischer Tipp: Das Referenzbild entscheidet über alles. Ein unscharfes oder schlecht belichtetes Produktfoto als Referenz ergibt unscharfe, schlecht belichtete KI-Bilder. Investieren Sie einmalig in ein sauberes Produktfoto – danach trägt es die gesamte KI-Produktion.

Segment 3: Brands, die KI-Models mit ihren Produkten verbinden

Das Szenario

Eine Modemarke will ihre neue Kollektion auf verschiedenen Models in verschiedenen Szenen zeigen – ohne Model-Casting, ohne Location, ohne Fototeam. Ein Kosmetikprodukt soll auf realistischen Personen dargestellt werden, die zur Zielgruppe passen. Eine Kampagne braucht denselben Charakter in zehn verschiedenen Situationen, immer wiedererkennbar, immer zur Marke passend.

Das ist die anspruchsvollste Kategorie – und gleichzeitig die mit dem größten Potenzial für Unternehmen, die in Bildkommunikation investieren.

Die Lösung: Character Reference und Omni Reference

Midjourney V7 hat mit dem **Omni Reference Feature** (Parameter `--oref`) einen Durchbruch für genau diesen Anwendungsfall geliefert. Der `--cref`-Parameter in Kombination mit V7s verbessertem Verständnis menschlicher Merkmale ermöglicht Workflows, die vorher nicht möglich waren: Storyboarding, sequenzielle Inhalte, Markencharakter-Entwicklung und Marketingkampagnen mit konsistenter Charakterdarstellung.

So funktioniert es in der Praxis:

Schritt 1 – Referenzcharakter erstellen: Generieren Sie zunächst einen Basischarakter mit einem detaillierten Prompt. Wählen Sie das beste Ergebnis aus und speichern Sie es als Master-Referenzbild.

Schritt 2 – Omni Reference aktivieren: Laden Sie das Referenzbild in Midjourney V7 hoch und hängen Sie `--oref [Bild-URL]` an jeden neuen Prompt an. Midjourney V7s Omni Reference ermöglicht über 90 % Charakterkonsistenz über verschiedene Szenen hinweg, ohne komplexe Workflows.

Schritt 3 – Szenen variieren, Charakter fixieren: Der Prompt beschreibt die neue Szene. Der Charakter bleibt stabil:

```
[Charakterbeschreibung], walking through a busy farmers market,  
golden hour light, lifestyle photography, editorial style  
--oref [URL deines Referenzbildes] --ow 300
```

Der Parameter `--ow` (Omni Weight) steuert, wie stark die Referenz gewichtet wird. Werte zwischen 200 und 400 liefern in der Praxis die besten Ergebnisse – stark genug für Konsistenz, flexibel genug für verschiedene Szenen.

Für Produktkombinationen: Wenn das Produkt zusätzlich im Bild sein soll, kombinieren Sie `--oref` (Charakter) mit einem Stil-Referenzbild (`--sref`) für die Bildstimmung. So sind beide – Mensch und Produkt – gleichzeitig verankert.

Praktischer Tipp: Bauen Sie eine Bibliothek genehmigter Generierungen auf und verwenden Sie diese als zusätzliche Referenzen für spätere Produktionen. Das System arbeitet auf einem Spektrum von „sehr konsistent“ bis „erkennbar dieselbe Person“ – es produziert keine pixelidentischen Charaktere. Planen Sie deshalb immer eine Auswahl von 4–6 Variationen pro Szene ein.

Was alle drei Segmente gemeinsam haben

Egal ob Handwerksbetrieb, Produkt-Brand oder Kampagnen-Agentur: Wer KI-Bilder mit Wiedererkennungswert produzieren will, braucht dasselbe Grundprinzip.

Einmal denken – immer nutzen.

Ein gut aufgesetzter System-Prompt, ein gepflegtes Referenzbild, ein strukturierter Workflow. Das ist keine Raketenwissenschaft – aber es kostet einmalig Zeit und Aufmerksamkeit. Wer diesen Schritt überspringt und einfach drauflosklickt, bekommt Einzelbilder. Gute Einzelbilder, vielleicht. Aber keine Marke.

Nächste Schritte: Von der Technik zur Marketing-Pipeline

Die Werkzeuge sind verfügbar. Die Techniken sind erlernbar. Was oft fehlt, ist der Blick von außen: Welcher Workflow passt zu welchem Betrieb? Wo lohnt sich Investition in ein Tool, wo reicht ein System-Prompt? Wie integriert man KI-Bildgenerierung in einen bestehenden Content-Prozess, ohne dass das Team mehr Zeit investiert als vorher?

Das sind keine Tool-Fragen. Das sind Strategie- und Prozessfragen.

Wenn Sie Ihre Marketing-Pipeline strukturieren, KI-Tools sinnvoll einsetzen oder einfach wissen möchten, wo Ihr nächster konkreter Schritt liegt – **Strukturaflow bietet ein kostenloses 30-Minuten-Erstgespräch**, vor Ort im Murtal oder online.

Kein Verkaufsgespräch. Kein Standardvortrag. Sondern ein Blick auf Ihre konkrete Situation.

□ [Jetzt Termin vereinbaren](#)

NÄCHSTER SCHRITT

Mehr praktische KI-Anleitungen für KMU

Dieser Artikel ist Teil des KI-Hubs von Strukturaflow — einer deutschsprachigen Plattform für den praktischen KI-Einsatz in kleinen und mittleren Unternehmen.

<https://wissen.strukturaflow.it.com>