IST DAS DIE ZUKUNFT DER PR-BILDER?



Die Bildsprache der Öffentlichkeits-arbeit entsteht neu:

Bild: KI-generiert, Tool: Lumalabs

Prompt. Bild. Story.



Von Pixeln zu Pressebildern

Bild: KI-generiert, Tool: Lumalabs

Mal Hand aufs Herz: Die meisten Pressebilder kommen heute nicht mehr aus der Kamera, sondern einfach aus dem Archiv – Stockplattform auf, Suchwort rein, irgendwas Passendes raus. Klar, Hauptsache rechtssicher, am besten kostenlos. So sieht's eben aus, wenn Zeit und Budget fehlen. Das Problem: Weil alle dasselbe machen, sehen auch alle Bilder (fast) gleich aus. Immer dieselbe gestellte Stimmung, dieselben unpersönlichen Räume, dieselben abgenutzten Symbole. Die Bildsprache ist ganz klar längst Konserve.

Und jetzt kommt KI ins Spiel. Keine Revolution, sondern einfach der nächste logische Schritt. Wer sowieso schon "Ersatzbilder" nutzt, kann sie auch gleich selbst erzeugen – und zwar so, dass sie viel besser passen, flexibler sind und schneller gehen. Aus einem Gedanken wird ein Prompt, aus dem Prompt ein Bild. Kein Shooting, kein Scrollen, keine Kompromisse. Im Endeffekt bekommst du ein visuelles Statement, das wirklich zu deinem Thema passt. Und das echt niemand sonst benutzt.

Die spannende Frage ist also nicht mehr, ob KI-Bilder in der PR ankommen. Sondern: Ganz im Ernst: Warum sollten wir sie eigentlich nicht nutzen?

Von Ute Jansing



Bild: KI-generiert, Tool: Midjourney. Prompt: „realistic wide-angle city view of Cologne, Germany, modern office buildings with green facades and rooftop gardens, Rhine river in the background, photorealistic editorial photography, bright natural daylight, minimal corporate style, cover photo for sustainability report“

Lead-Story: Titelmotiv gestrichen, Deadline im Nacken

Donnerstag, 9 Uhr: PR-Managerin Jana will gerade ihre Nachhaltigkeitskampagne starten. Das Keyvisual – ein echt tolles, eigens produziertes Motiv mit realen Mitarbeitenden – ist eigentlich freigegeben. Dann der Schock: Eine Person widerruft die Freigabe, Datenschutzgründe. Das Foto darf nicht mehr verwendet werden.

Der Termin steht felsenfest. Die Anzeigen sind gebucht, das Material im Satz, der Countdown läuft. Jana bleiben nur Stunden, keine Tage, für Ersatz. Kurz überlegt sie – und öffnet dann den Bildgenerator. Für Social Media hat sie bereits damit gearbeitet, jetzt wagt sie den Schritt auf die größere Bühne. Sie übernimmt Komposition, Lichtstimmung und Farbwelt aus dem ursprünglichen Konzept, formuliert den Prompt, prüft Varianten, verfeinert Details. Kurz darauf liegt ein neues Motiv vor: CI-konform, stimmig, druckfähig.

Konsequenz: Früher hätte man verschoben. Heute wird generiert. Wenn Konzept und Stil klar sind, wird KI zum Werkzeug für Tempo – und zur Absicherung in letzter Minute. Zukünftig dürfte dieses Szenario allerdings zur Ausnahme werden. **Denn je stärker visuelle Konzepte von Beginn an mit KI gedacht, geplant und gestaltet werden, desto seltener braucht es das klassische Shooting – und desto selbstverständlicher wird generative Bildarbeit Teil professioneller PR-Prozesse.**

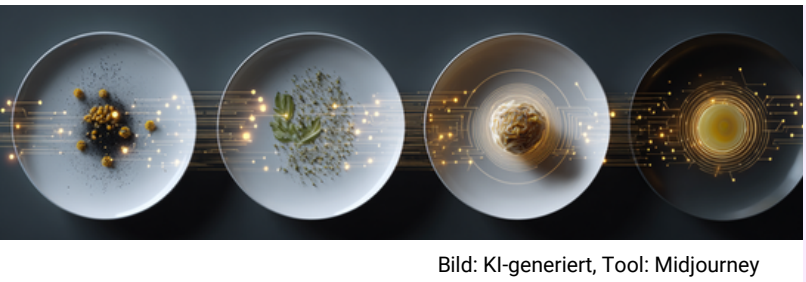


Bild: KI-generiert, Tool: Midjourney

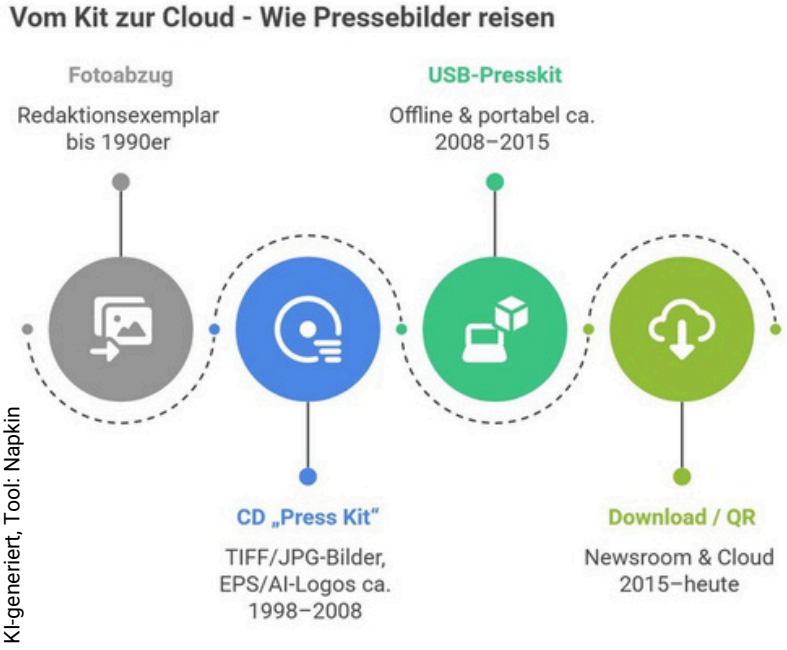


Bild: KI-generiert, Tool: Napkin

Von der Nische zum Mainstream

Wir wissen ziemlich genau, wo die Pressemitteilung geboren wurde: 1906, Ivy Lee, Pennsylvania Railroad, Zugunglück in Atlantic City. Was wir nicht wissen: Wann das erste Pressefoto „in die Welt ging“. Es gibt keinen verlässlichen Beleg, keine Urkunde, kein Jubiläumsdatum. Und das ist weniger ein Versäumnis als ein Hinweis darauf, wie Bilder in die PR gekommen sind: nicht mit Fanfarenton, sondern schleichend, nebenbei, im Alltag der Redaktionen.

Ein klarer Meilenstein ist 1935: AP startet Wirephoto, Fotos reisen plötzlich in Minuten statt in Tagen. Ab da beschleunigt sich alles – Bildmaterial wird verfügbarer, schneller, selbstverständlicher. Aber der berühmte „Erstfall“? Der entzieht sich. Zu viele Parallelwege, zu viele Beteiligte, zu wenig Anlass, den Moment zu protokollieren, an dem Text und Bild zum untrennbaren Duo wurden.

Vielleicht ist genau das die Pointe: Die Geschichte des PR-Bildes ist jung – und sie entsteht im Fluss. Von der Dunkelkammer zur Übertragungsleitung, vom Pressekit auf CD zum Download-Link, vom JPEG im Mailanhang zur Social-Story. **Heute stehen wir vor dem nächsten stillen Systemwechsel: Generative Bildproduktion. Kein Ersatz für jede Situation – aber ein Werkzeug, das Tempo, Variabilität und Passgenauigkeit neu setzt.**

Das neue Normal der Bild-PR – Präzise, skalierbar, sofort einsatzbereit

Bilder, die in Sekunden entstehen, dürfen wie sorgfältig produzierte PR-Fotos aussehen. Das Holzmotiv zeigt Typografie als Material-Statement: warm, greifbar, glaubwürdig. Das Brötchen-Herz funktioniert als klares Symbol für Handwerk und Nähe – ohne Klischee. Das Handwerker-Porträt am Service-Van liefert Persönlichkeit und Kompetenz im selben Frame. In der Pflege setzt die Fenstergrafik eine Botschaft nach außen, während innen der Alltag sichtbar bleibt – genau die Spannung, die Pressebilder brauchen. Und das Energiesiegel mit Wachstumsdiagramm verdichtet Compliance und Fortschritt in einer Szene. **Gemeinsam zeigen die Motive: schnell generiert, präzise gedacht, sofort einsetzbar.**



Bild: KI-generiert, Tool: Gemini



Bild: KI-generiert, Tool: Ideogram



Bild: KI-generiert,
Tool: Midjourney

Bild: KI-generiert,
Tool: Gemini

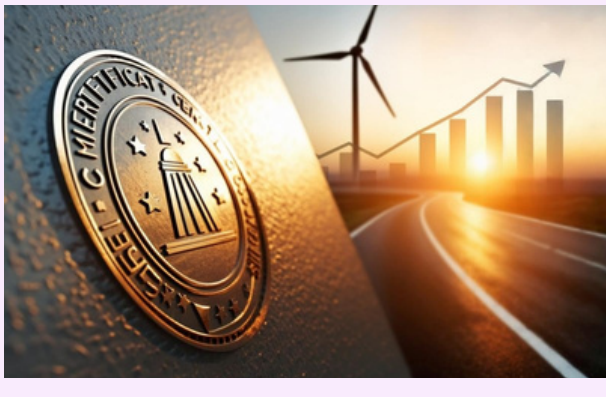




Bild: KI-generiert, Tool: Lumalabs

Ein Einsturz, der wirkt?

Sieht aus wie Breaking News (rechts) – beweist aber nichts. Ob ein Bild wirklich dort und dann entstand, lässt sich ohne belastbare Herkunft kaum prüfen; zwischen Stock, Inszenierung und KI verschwimmen die Grenzen – auch in der PR, die Interessen verfolgt. Deshalb: Transparenz über Quelle, Ort und Bearbeitung (idealerweise mit mit digitalen Herkunftsnachweisen „Content Credentials“, C2PA) und gesunde Skepsis, bis Kontext belegt ist.

Bild: KI-generiert, Tool: Google AI Studio







Bilder: KI-generiert, links HIggsfield, rechts OpenAI, gleicher Prompt: “A professional, photorealistic black and white lifestyle image, depicting a clean, modern desk scene in front of a large window overlooking a city skyline. On the desk from left to right: a closed laptop with a pair of eyeglasses resting on its surface, a small notebook with a pen, a white porcelain mug filled with a steaming beverage (colorized pink), a small potted succulent plant (colorized realistic green), white wireless earbuds, a clear water bottle, and a pair of athletic running shoes next to half an avocado with a spoon. The image should have no text, logos, faces, or any form of photo equipment. Good lighting, contemporary style”

Und für wen ist das interessant?

Für fast alle, die kommunizieren – und das täglich. Für Pressestellen, die statt endloser Bildsuche lieber schnell das passende Motiv erzeugen. Für Agenturen, die Kampagnen visualisieren, bevor das Produkt überhaupt existiert. Für Unternehmen, Institutionen oder Organisationen, die regelmäßig Themen in die Öffentlichkeit bringen – ob es um Fortschritt, Wandel, Verantwortung oder Zukunft geht. Von Wirtschaft über Wissenschaft bis Kultur: KI-Visuals liefern in Minuten Motive, die Stil, Farbwelt und Tonalität der Marke treffen. **Besonders stark sind sie dort, wo klassische Pressefotografie an Grenzen stößt – bei abstrakten, erklärungsbedürftigen oder zukunftsorientierten Themen.**

Es ist fast ein kleiner Zauber: Aus einer klaren Idee und einem präzisen Prompt entsteht ein Bild, das aussieht, als wäre es eigens produziert worden. Und plötzlich ist Visual Storytelling kein Luxus mehr, sondern Werkzeug – schnell, flexibel, markenkohärent.

Praxisbeispiel: KI-generiertes Pressefoto aus einer Unternehmensmeldung:
Überschrift: “Reduzierte Maschinenstillstände dank intelligentem Prozessdatenmanagement” | Bildunterschrift: Symbolbild „Maschinenstillstand“ (KI-generiert) | Bildnachweis: © CSP GmbH & Co. KG [2025]





Praxisbeispiel: KI-generiertes Pressefoto aus einer Unternehmensmeldung:
Überschrift: “Forschungsdialog zur Twin Transformation in Bayreuth” | Bildunterschrift: © KI-generiert mit Microsoft Copilot am 23.09.2025 | Bildnachweis: © Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT [2025]

Vom Porträt zum Pressebild – in Minuten

Beispielhaft wurde hier ein neutrales Porträt (siehe Foto der Autorin am Ende des Artikels) genutzt, um den Prozess zu zeigen: Aus einem schlichten Ausgangsbild lässt sich per KI ein vollständiges Pressefoto generieren – mit passender Szenerie, Lichtstimmung und Perspektive. Der Aufwand liegt nicht in der Technik, sondern im Briefing: Motivabsicht, Atmosphäre und CI-Anmutung müssen klar definiert sein. Dann wird aus einem Standardporträt ein visuell stimmiges PR-Bild – präzise, schnell und reproduzierbar. Noch nicht perfekt vielleicht, aber ein Beispiel dafür, wie nah die Möglichkeiten schon am Alltagseinsatz sind.



Bild: KI-generiert, Tool: Gemini

Kurze Checkliste – KI-Bilder für die PR einsetzen

1. Briefing & Prompt
   Ziel, Botschaft und Stil definieren. Dann präzisen Prompt formulieren – klar, knapp, CI-orientiert.
2. Auswahl & Zuschnitt
   Beste Variante wählen, Format anpassen (z. B. 1:2 für Aufmacher, 16:9 für Website, 4:5 für Social Media).
3. Feinschliff & Markenlook
   Farbwelt, Licht und Kontrast an die Marke anlehnen – eventuell neue Bildelemente hinzuzufügen.
4. Kennzeichnung & Transparenz
   KI-Einsatz offenlegen, Herkunftsdaten (z. B. C2PA) erhalten, Metadaten nicht löschen.
5. Abschluss & Export
   Qualitätscheck (Kanten, Texturen, Artefakte) – nach KI-Fehlern suchen, Alt-Text ergänzen, passend exportieren.



Bild: KI-generiert, Tool: Midjourney

Am Ende des Tages: Was jetzt wirklich zählt

Ganz ehrlich: Wir werden das erste KI-Pressebild wahrscheinlich nie datieren können. **Viel wichtiger ist der Perspektivwechsel:** Die Frage ist nicht mehr, ob du ein Bild hast, sondern wie es entstanden ist – fotografiert, kuratiert oder eben generiert. Und vor allem: Wir müssen lernen, vernünftig damit umzugehen: ganz wichtig, transparent, marken-kohärent und juristisch sauber. Der Rest? Ist Arbeit. Und Fortschritt, der leise passiert – bis er auf einmal überall ist.



Bild: KI-generiert, Tool: Ideogram

Autorin
Dipl.-Ing. (FH) Ute Jansing

CERT-IT-zertifizierte KI-Managerin
Gründerin | Strategische Beratung für Visual Content Marketing
Kommunikations- und Marketingexpertin
Ehem. Geschäftsführende Gesellschafterin, Bildagentur Pitopia
www.madame-ki.de **www.bildlizenzberatung.de**





Hinweis:
Verfasst von einem Menschen, unterstützt durch KI-Tools.

Weitere Quellen:
StiftungSchweiz – KI-Bilder in der Kommunikation
Seoki.com – Die Kunst der visuellen Kommunikation: KI-Bilder meistern
loewenstark.com – Mehr Effizienz dank Grafik-KI? Grenzen und Möglichkeiten
boran-parot.com – Künstliche Intelligenz: PR-Agenturen revolutionieren mit digitaler Kraft
contents.ai – Künstliche Intelligenz: Schlüssel zur Optimierung von PR-Strategien
https://time.com/3650882/associated-press-photowire-80th-anniversary/ https://sturmer.at/erste-pressemitteilung/
https://www.dpdhl-brands.com/de/dhl/ai-generated-images-and-illustrations