

Welche KIs gibt es: Marktüberblick für Marketing-Profis

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 1. August 2025



Welche KIs gibt es: Marktüberblick für Marketing-Profis

Alle reden über KI, aber die wenigsten wissen, was wirklich Sache ist: Während der Rest der Branche noch ChatGPT memet, sind längst mächtige KI-Systeme am Start, die Marketing radikal umkrempeln. Höchste Zeit für ein ehrliches, respektloses KI-Radar: Welche künstlichen Intelligenzen gibt es aktuell wirklich, was können sie – und warum fliegen so viele gehypte Tools

nach ein paar Wochen wieder vom Radar? Hier gibt's den schonungslos aktuellen Überblick für Marketing-Profis, die nicht im Bullshit versinken wollen.

- Was zählt wirklich als KI im Marketing – und was ist nur “Automatisierung mit Bart”?
- Die wichtigsten KI-Kategorien: von Sprachmodellen (LLMs) über Bildgeneratoren bis zu Marketing-Automation-KIs
- Welche großen KI-Systeme (OpenAI, Google, Anthropic, Meta & Co.) den Markt dominieren – und warum
- Warum spezialisierte KI-Tools oft besser sind als All-in-One-Lösungen
- Was ChatGPT, Gemini, Claude, Midjourney, DALL-E, Jasper, DeepL und Co. wirklich leisten – und was nicht
- Wo KI im Marketing 2024/2025 echten Mehrwert liefert – und wo der ROI ein Mythos bleibt
- Worauf Profis bei der Auswahl von KI-Tools achten müssen (Datenschutz, API, Training, Bias, Kosten)
- Wie man den KI-Hype vom echten Fortschritt unterscheidet
- Praktischer Step-by-Step-Guide: So findest du die passende KI für deine Marketing-Needs
- Ein kritisches Fazit: KI als Gamechanger, aber nur, wenn du weißt, was du tust

Die künstliche Intelligenz ist das neue Buzzword der Marketing-Szene – aber wie so oft trennt sich bei genauer Betrachtung die Spreu vom Weizen. Wer glaubt, mit ein paar KI-Prompts und automatisierten Texten den Marketing-Olymp zu erklimmen, hat den Schuss nicht gehört. In Wahrheit gibt es mittlerweile ein ganzes KI-Ökosystem, das von Sprachmodellen über Bildgeneratoren bis hin zu datengetriebenen Automatisierungs-KIs reicht – jede mit ihren eigenen Vorzügen, Schwächen und Fallstricken. Wer heute im Marketing vorne mitspielen will, braucht nicht das nächste ChatGPT-Plugin, sondern echtes Know-how über die KI-Landschaft – und einen verdammt kritischen Blick auf die Versprechen der Anbieter.

KI im Marketing: Definition, Hype und harte Realität

Beginnen wir mit der bitteren Wahrheit: Nicht alles, was als KI verkauft wird, ist auch tatsächlich künstliche Intelligenz. Viele Tools, die sich heute mit “AI”-Badge schmücken, sind in Wahrheit nur klassische Automatisierung, ein bisschen Machine Learning oder schlicht Statistik mit schicker Oberfläche. Im Marketing-Umfeld bedeutet echte KI, dass Algorithmen selbstständig lernen, Muster erkennen und Entscheidungen treffen – und das auf einem Niveau, das weit über If-Then-Logik hinausgeht.

Der Hype rund um KI im Marketing ist enorm. Jeder Anbieter behauptet plötzlich, seine Lösung sei “AI-powered”. Doch Profis wissen: Die Spreu trennt sich erst beim zweiten Hinsehen. Während viele Tools nur vortrainierte Modelle oder simple Vorhersagen einsetzen, arbeiten echte KI-Lösungen mit Deep Learning, neuronalen Netzen und Natural Language Processing (NLP). Große

Sprachmodelle wie GPT-4, Gemini oder Claude sind das perfekte Beispiel: Sie generieren, analysieren und verstehen Texte auf einem Level, das vor zwei Jahren noch Science Fiction war.

Für Marketing-Profis gilt: Wer KI nur als Buzzword begreift, verheizt Budget für heiße Luft. Wer aber versteht, welche KI-Typen es gibt – und wie sie sich unterscheiden – kann Prozesse automatisieren, Kampagnen optimieren und echten Mehrwert schaffen. Die wichtigste Regel: Nicht jedes “KI-Tool” verdient das Prädikat. Prüfe, ob ein System echtes Machine Learning, Deep Learning, LLMs oder generative KI nutzt – oder ob du nur eine Automatisierungs-Maschine mit KI-Label bekommst.

Die harte Realität: Im Marketing gibt es (Stand 2024) vier große KI-Kategorien, die wirklich relevant sind:

- Sprachmodelle und Text-KIs (Large Language Models, LLMs)
- Bild-, Video- und Audio-Generatoren (Generative AI)
- Analyse- und Automatisierungs-KIs (Predictive Analytics, Personalisierung, Targeting)
- Hybride Plattformen und Integrations-KIs (API-first-Lösungen, Multi-Modal-Modelle)

Wer den Unterschied nicht kennt, lässt sich von fancy Marketing-Slides blenden – und zahlt am Ende drauf.

Die wichtigsten KI-Systeme für Marketing: Von ChatGPT bis Midjourney

Die KI-Landschaft im Marketing ist 2024/2025 ein Haifischbecken. Während OpenAI mit ChatGPT und DALL-E die Schlagzeilen dominiert, schieben sich Google (Gemini), Anthropic (Claude), Meta (Llama) und spezialisierte Player wie Jasper, DeepL oder Midjourney mit Hochdruck auf die Pole Position. Doch welche KIs sind für Marketing wirklich relevant – und welche sind nur Hype?

Beginnen wir mit den Sprachmodellen (LLMs), dem Herzstück fast aller modernen KI-Anwendungen im Marketing. OpenAI’s GPT-4 (und die darauf basierenden ChatGPT-Modelle) setzen beim Text-Generieren, bei der Content-Optimierung und beim automatisierten Copywriting neue Standards. Google Gemini (früher Bard, jetzt Gemini Advanced) zieht mit Multimodalität und Google-Ökosystem-Power nach. Anthropic Claude bringt mit “Constitutional AI” einen Fokus auf Sicherheit und Transparenz. Meta Llama ist als Open-Source-LLM für Entwickler spannend, aber (noch) keine Marketing-Standardlösung.

Im kreativen Bereich führen Midjourney und DALL-E die Bildgenerierung an. Midjourney ist berüchtigt für seine künstlerischen, fast schon surrealen Visuals – ideal für Branding, Social Media und Kampagnen, die auffallen müssen. DALL-E hingegen glänzt mit Integration in ChatGPT und professionelle

API-Optionen. Adobe Firefly steigt mit generativer Bild-KI für Profis ins Rennen ein.

Spezialisierte Tools wie Jasper (AI-Content für Marketer), DeepL Write (KI-Textoptimierung und Übersetzung), Copy.ai und Writesonic bieten Plug-and-Play-Lösungen für Content-Produktion, E-Mail-Automation und Social-Media-Management. Im Bereich Predictive Analytics und Customer Journey Automation setzen Salesforce Einstein, HubSpot AI und Adobe Sensei auf KI-gesteuerte Personalisierung, Lead-Scoring und Conversion-Steigerung.

Die wichtigsten KI-Systeme im Marketing 2024/2025 – ein Überblick:

- ChatGPT (OpenAI, GPT-4/4o): Textgenerierung, Content-Strategie, Prompting, Recherche
- Gemini (Google): Multimodale KI (Text, Bild, Video), Google-Integration, Datenanalyse
- Claude (Anthropic): Fokus auf Sicherheit, großes Kontextfenster, für sensible Branchen
- Midjourney: Bildgenerierung, Markenästhetik, Social Media
- DALL-E: Bild-KI, Integration in Workflows, API-ready für Entwickler
- Jasper: Marketingtexte, Automatisierung, Conversion-Optimierung
- DeepL: Übersetzungen, KI-Schreibassistent, Multilingual Content
- HubSpot AI, Salesforce Einstein: CRM, Automatisierung, Personalisierung
- Adobe Firefly: Generative Bild-KI, nahtlose Integration in Adobe Suite

Wer auf den Marketing-Punkten schlafen will, ignoriert die Entwicklung dieser KIs – und verliert den Anschluss an die Konkurrenz.

KI-Kategorien im Marketing: Welche Technologie für welchen Use Case?

Jetzt mal Tacheles: Nicht jede KI ist für jede Marketing-Aufgabe geeignet. Wer glaubt, mit ChatGPT aus einer Hand Texte, Bilder und strategische Analysen zu bekommen, hat die KI-Evolution nicht verstanden. Im Marketing zählen Spezialisierung und Integration. Hier die wichtigsten KI-Kategorien – und wie du sie richtig einsetzt:

- Large Language Models (LLMs): Ideal für Content-Erstellung, SEO-Optimierung, E-Mail-Kampagnen, Chatbots, Recherche. Beispiele: GPT-4, Gemini, Claude, Llama.
- Bild-/Video-Generatoren: Perfekt für Social Media Assets, Kampagnenvisuals, Produktbilder, kreative Ideenfindung. Beispiele: Midjourney, DALL-E, Adobe Firefly.
- Automatisierungs-KIs: Lead-Scoring, Personalisierung, Predictive Analytics, Customer Journey Mapping. Beispiele: Salesforce Einstein, HubSpot AI, Adobe Sensei.
- Übersetzungs-KIs: Internationalisierung, Multilingual Content, globale

Kampagnen. Beispiel: DeepL.

- Hybride Plattformen: Kombinieren mehrere KI-Typen (Text, Bild, Analyse) und bieten APIs für individuelle Workflows. Beispiel: Jasper, Copy.ai, Writesonic.

Die Wahl der richtigen KI hängt vom Use Case ab:

- Brauchst du schnellen, skalierbaren SEO-Content? Setze auf LLMs wie ChatGPT oder Jasper.
- Willst du visuelles Storytelling oder Social Assets? Midjourney oder DALL-E sind deine Wahl.
- Planst du datengetriebene Kampagnen? Predictive-Analytics-KIs wie Salesforce Einstein liefern Insights und Automatisierung.
- Musst du international arbeiten? DeepL ist der Goldstandard für Übersetzungen.

Finger weg von One-Size-fits-all-Lösungen, die alles ein bisschen, aber nichts wirklich gut können.

Die größten KI-Player: OpenAI, Google, Anthropic, Meta und die Spezialisten

Die KI-Schlacht im Marketing wird von wenigen, sehr großen Playern dominiert – aber die eigentlichen Innovationen kommen oft von Nischen-Spezialisten. OpenAI setzt mit GPT-4 und DALL-E die Standards für Text und Bild. Google kontert mit Gemini, das als Multimodal-KI Text, Bild und Video gleichzeitig verarbeitet und eng mit Search, Ads und Analytics verzahnt ist. Anthropic bringt mit Claude mehr Ethik und Transparenz ins Spiel – relevant für Branchen, in denen Datenschutz und Compliance über allem stehen.

Meta (früher Facebook) schiebt mit Llama und damit verbundenen Open-Source-Modellen einen völlig anderen Ansatz: Entwickler bekommen freie Hand, Custom-KIs für eigene Marketingzwecke zu bauen – was aber für die meisten Marketing-Teams noch zu technisch ist. Im Enterprise-Segment setzt Salesforce Einstein KI in CRM, Lead-Management und Automatisierung ein, während Adobe Sensei und Firefly den Kreativbereich besetzen.

Die Spezialisten – Jasper, DeepL, Copy.ai, Writesonic, Midjourney – liefern fokussierte Lösungen für konkrete Probleme: Hochwertiger KI-Content, Übersetzungen auf menschlichem Niveau, visuelle Assets, E-Mail-Automatisierung. Ihr Vorteil: Sie sind oft schneller, günstiger und flexibler als die Plattform-Giganten.

Wer im Marketing 2025 noch manuell Texte, Bilder oder Analysen erstellt, hat den Schuss nicht gehört. Aber: Blindes Vertrauen in einen KI-Player ist genauso gefährlich. Prüfe, wie oft das Modell geupdatet wird, welche Trainingsdaten verwendet werden und ob du über API Zugriff auf die Roh-KI

bekommst – oder nur die abgespeckte SaaS-Oberfläche serviert wird.

Step-by-Step: Wie wähle ich die richtige KI für mein Marketing?

Willst du im KI-Dschungel nicht untergehen, brauchst du eine systematische Vorgehensweise. Hier die wichtigsten Schritte, die Profis befolgen – und die dich vor teuren Fehlentscheidungen schützen:

- 1. Use Case definieren: Text, Bild, Analyse, Übersetzung? Präzise Zielsetzung ist alles.
- 2. Anforderungen festlegen: API-Zugriff, Datenschutz, Sprachumfang, Multimodalität, Training auf eigenen Daten?
- 3. Marktüberblick verschaffen: Welche KIs gibt es aktuell? Welche sind etabliert, welche nur Hype?
- 4. Testen statt glauben: Nutze kostenlose Trials, Prompt-Tests, API-Playgrounds. Prüfe Output-Qualität, Geschwindigkeit, Handling von Fachbegriffen.
- 5. Integration prüfen: Funktioniert die KI in deinem Tech-Stack? Gibt es Plugins für bestehende Tools (HubSpot, WordPress, Slack, Zapier etc.)?
- 6. Datenschutz und Bias analysieren: Wo werden Daten verarbeitet? Gibt es KI-Bias, der deine Brand gefährden könnte?
- 7. Preis-Leistung kalkulieren: Abomodel, Pay per Use, API-Kosten – was kostet Skalierung wirklich?
- 8. Support und Updates checken: Wie oft wird das Modell verbessert? Gibt es Support im Notfall?

Profi-Tipp: Verlasse dich nie auf Marketing-Blabla. Fordere technische Dokumentation, prüfe die Trainingsdatenbasis und achte auf Benchmarks. Nur so findest du die KI, die wirklich zu deinen Marketing-Needs passt.

Fazit: KI als Marketing-Gamechanger – aber nur für echte Profis

Die KI-Welle ist längst Realität im Marketing – aber sie ist weder Allheilmittel noch Selbstläufer. Wer sich auf Buzzwords verlässt, landet mit generischem Output und Copycat-Kampagnen im digitalen Niemandsland. Der Markt bietet 2024/2025 eine Vielzahl mächtiger KI-Modelle, von LLMs über Bildgeneratoren bis hin zu Automatisierungsplattformen. Doch nur Profis, die die Unterschiede kennen und kritisch auswählen, holen echten ROI heraus. Die wichtigsten KI-Systeme sind längst nicht mehr nur OpenAI und Google –

spezialisierte Tools liefern oft mehr Wert für weniger Geld.

Wer die KI-Entwicklung verschläft, verliert Reichweite, Effizienz und Innovationskraft. Wer aber blind jedem KI-Hype folgt, verfeuert Budget ohne Substanz. Das Erfolgsrezept: Kenne die relevanten KI-Kategorien, teste die Systeme selbst – und wähle nur, was deine Marketingziele wirklich voranbringt. KI ist 2025 kein nettes Add-on, sondern Pflichtprogramm. Aber nur für die, die Technik und Strategie ernst nehmen. Willkommen in der neuen Realität des Marketings. Willkommen bei 404.