

Nachhaltige Entscheidungsgrundlagen für KI-Projekte

Fünf Fragen, bevor KI im Marketing zur Default-Antwort wird.

Roman Mesicek

Sustainability Skills
Academy

Marketing Club
Österreich · 12.
Mai 2026

VERANTWORTUNG
STATT REFLEX

10×

mehr Energie verbraucht eine
KI-Anfrage als eine Google-
Suche.

de Vries, 2023

+48%

Googles Emissionen seit 2019,
trotz 6× Effizienzsteigerung.

Google Environmental Report,
2024

Verantwortung lässt sich
**nicht delegieren. Auch
nicht an die Maschine.**

Drei Hebel der Nachhaltigkeit: Verhalten, Gestaltung,
Produktion. Im Marketing sitzt KI in jedem davon, meist
als Reflex, selten als Entscheidung.

SCOPE

Fünf Dimensionen. Fünf Fragen. Vor jeder KI-Entscheidung.

S

BRAUCHEN WIR KI?

Suffizienz

Notwendigkeit

Alternativen

Mehrwert

C

WAS VERBRAUCHT KI?

Carbon

Energie

Wasser

Emissionen

O

WER PROFITIERT?

Outcomes

Verteilung

Gerechtigkeit

Risiken

P

WER KONTROLLIERT?

Power

Datenhoheit

Abhängigkeit

Kontrolle

E

HÄLT ES?

Endurance

Regulierung

Kosten

Kompetenz

S

S · Suffizienz

C · Carbon

O · Outcomes

P · Power

E · Endurance

Vor der Tool-Wahl steht die **Default-Frage:** Brauchen wir KI hier, oder ist sie nur die schnellste Antwort?

Brauchen wir KI?

NOTWENDIGKEIT

Lösen wir ein echtes Problem,
oder schaffen wir einen Bedarf,
weil KI da ist?

ALTERNATIVEN

Welche Routine schalten wir ab,
wenn KI dazukommt, oder
kommt sie obendrauf?

MEHRWERT

Messen wir Konsum oder nur
Produktion?

Wo endet euer Content?

BEI WEM DAS GERADE PASSIERT

Jasper, Copy.ai, Writesonic

Generative-Content-Plattformen verkaufen *Unlimited Generations*-Tarife. Der Tarif belohnt **Output-Menge**, nicht Output-Qualität.

3.006

AI-Content-Farm-Sites in 16 Sprachen, mit 300 bis 500 neuen pro Monat. NewsGuard nennt das selbst „AI Slop“.

NewsGuard AI Tracking Center, Stand 17.03.2026

DISKUSSION

Wer von euch hat einen KI-generierten Newsletter veröffentlicht, den sich danach niemand intern durchgelesen hat, auch nicht der oder die Verantwortliche?

C

S · Suffizienz

C · Carbon

O · Outcomes

P · Power

E · Endurance

Der Marketing-Footprint einer KI ist **real**, aber meistens **unsichtbar**, verteilt auf tausende KI-Berechnungen pro Kampagne.

Was verbraucht KI?

VERBRAUCH

Wie viele KI-Berechnungen hängen an einer Kampagne, und welche Modelle?

ENERGIEMIX

Wo läuft das Modell? AWS Frankfurt? Azure US-East? Mit welchem Strommix?

VERHÄLTNIS

Steht der Footprint im Verhältnis zum messbaren Marketing-Effekt?

Was kostet euer Marketing wirklich?

BEI WEM DAS GERADE PASSIERT

The Trade Desk · DV360 · Amazon DSP

Real-Time-Bidding ist eine **KI-Kaskade**. Jeder Bid durchläuft mehrere KI-Berechnungen für Targeting, Preis, Creative-Wahl und Brand Safety. Drei Demand-Side-Platforms, die zusammen den Programmatic-Markt dominieren.

13 Mio./Sek.

Werbeeindrücke wertet allein The Trade Desk pro Sekunde aus, jede mit tausenden Signalen für KI-Bid-Entscheidungen. Eine Plattform. Meta, Google, Amazon laufen parallel.

The Trade Desk, Kokai Launch, 06.06.2023

DISKUSSION

Wie viele KI-Berechnungen hängen an einer einzigen eurer Anzeigen, und wer bei euch hat das je gemessen?



S · Suffizienz

C · Carbon

O · Outcomes

P · Power

E · Endurance

Effizienz für **wen?** Marketing-KI verschiebt nicht nur Arbeit. Sie verschiebt **Wert.**

NUTZEN

Schöpfen wir Wert für die Kund*innen, oder ersetzen wir Arbeit, die wir früher bezahlt haben?

HERKUNFT

Wessen Texte, Bilder, Stimmen stecken in den Trainingsdaten unserer Tools?

VERTEILUNG

Wer profitiert vom Effizienzgewinn, wir, der Anbieter oder die Kund*innen?

Wer profitiert?

Wem helft ihr, und wen ersetzt ihr?

BEI WEM DAS GERADE PASSIERT

Qualtrics Edge Audiences · Yabble (YouGov) · Toluna HarmonAIze

Synthetische Respondenten ersetzen menschliche Befragte.
Anbieter berichten bis zu **90% Übereinstimmung** mit echten
Survey-Daten, meist aus Studien mit eigenem Vendor-Bezug.
Unabhängige Replikation: in Aufbauphase.

73 %

der Marktforscher*innen haben 2025 synthetische
Respondenten eingesetzt. Ein Drittel binnen der letzten 30
Tage vor Befragung.

Qualtrics State of Research, 2025

DISKUSSION

**Wenn ihr morgen Persona-Insights aus synthetischen Respondenten
kauft, würdet ihr es eurer eigenen Kundenberatung sagen, oder nicht?**

P

S · Suffizienz

C · Carbon

O · Outcomes

P · Power

E · Endurance

Wer die Plattform kontrolliert, kontrolliert auch eure **Marken-Reichweite.**

Wer kontrolliert?

PLATTFORM

Wer entscheidet, wer eure Anzeigen sieht, ihr oder der Algorithmus?

PORTABILITÄT

Was bleibt euch, wenn ihr morgen den Anbieter wechseln wollt?

LETZTWORT

Wer entscheidet, wenn KI-Empfehlung gegen Markenführung läuft?

Wer entscheidet, wenn ihr nicht entscheidet?

BEI WEM DAS GERADE PASSIERT

Meta Advantage+ · Google Performance Max

Black-Box-Targeting: Du gibst Budget und Conversion-Ziel frei. Die Plattform entscheidet **autonom** über Audience, Placement, Bid und Creative-Mix. Berichts-Granularität sinkt mit jeder Produkt-Generation.

50

Conversions pro Ad Set in 7 Tagen braucht Meta Advantage+, bevor das System belastbar lernt. Google Performance Max empfiehlt sechs Wochen Ramp-up. Plattform- oder Pixel-Wechsel: Zähler auf Null.

Meta Business Help Center · Google Ads Help, 2026

DISKUSSION

Wie viel Budget gebt ihr in Systemen aus, deren Targeting-Logik ihr nicht erklären könnt, und wie lange noch?

E

S · Suffizienz

C · Carbon

O · Outcomes

P · Power

E · Endurance

Eine Kampagne hält 6 Wochen. Eine Marke 30 Jahre. Eine Regulierung kann beides überholen.

Hält es?

QUALITÄT

Tragen unsere KI-Outputs unsere Marken-DNA, oder verwässern sie sie?

ABHÄNGIGKEIT

Was, wenn der Tool-Anbieter Preise verdoppelt oder den Zugang kappt?

REGULIERUNG

Hält unsere Kampagne nach EU AI Act und Green Claims Directive?

Welche Kampagne überlebt den 2. August 2026?

BEI WEM DAS GERADE PASSIERT

Lil Miquela · Aitana Lopez · synthetische Brand-Influencer*innen

Virtuelle Influencer*innen mit Millionen Follower*innen. Bislang ohne Pflicht zur Offenlegung. **Ab 02.08.2026 ändert sich das:** EU AI Act Art. 50 verlangt sichtbare Kennzeichnung von KI-generierten Personen.

02.08.2026

EU AI Act Transparenzpflichten greifen. KI-generierte Bilder, Videos und Audio von Personen müssen erkennbar als solche markiert werden.

Verordnung (EU) 2024/1689, Art. 50

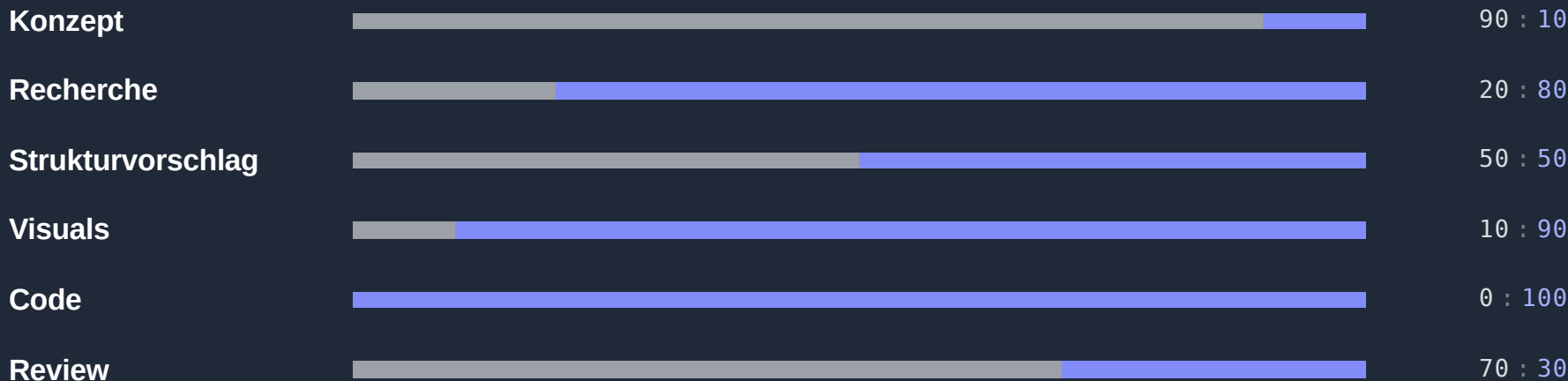
DISKUSSION

MUTPROBE

Diese Folien sind teilweise mit KI entstanden.

Schätzen, dann auflösen.

■ MENSCH ■ KI



Tue Gutes, auch wenn niemand zuschaut.

Reinhard und Max haben heute gefragt: „**What happened to (y)our critical thinking?**“

Eine Antwort: Fragen stellen! Das **SCOPE**-
Framework kann dabei unterstützen.



Roman Mesicek

Sustainability Skills
Academy

Vielen Dank.

Skills, nicht News.

Jede Woche neue Nachhaltigkeits-
kompetenzen aufs Handy.

sustainability-skills.academy/start

