

„Kann uns mehr Zeit fürs Menscheln geben“: Digitalexperte über die Einflüsse von KI auf die Kreativbranche

Von Stefan Schalles

Herr Mirschel, die KI ist gerade in so ziemlich allen Berufsfeldern Thema und krempelt auch den Veranstaltungssektor großflächig um. Wo steht die Branche in diesem Prozess?

Sie hat in den zurückliegenden vier Jahren im Bereich Digitalisierung große Fortschritte gemacht – auch infolge der Corona-Pandemie. In dieser Zeit wurden viele Grundlagen geschaffen, die sich jetzt auch in Sachen KI-Transformation auszahlen, etwa eine vernünftige Datenbasis. Man muss ehrlicherweise sagen, dass bis zur Pandemie sehr viel aus dem Bauch heraus geplant wurde. Heute herrscht eine größere Offenheit für digitale Ansätze; die Branche ist einen guten Schritt weiter, auch bei der KI, aber längst noch nicht da, wo sie sein könnte.

Lassen sich Konzerte oder Messen denn – Stand heute – schon technikbasiert umsetzen?

Die Frage ist ja, ob man das überhaupt will. Ich glaube, dass sich viele Hintergrundprozesse in der Planung und Vorbereitung, aber auch sichtbare Aspekte des direkten Besuchererlebnisses technikbasiert lösen oder unterstützen lassen – und genau diese Unterstützung sollte letztlich auch das Ziel sein. Die Branche war, ist und wird auch künftig aus guten Gründen menschenzentriert sein, sodass wir gar keine komplett anonymisierte Angelegenheit daraus machen sollten, sondern im Gegenteil eine hochpersonalisierte. Und gerade bei dieser Personalisierung, bei der Individualisierung von Veranstaltungen können KI und Digitalisierung enorm helfen.

Nennen Sie doch vielleicht mal ein paar Beispiele: Wo kommt KI im Veranstaltungssektor bereits zum Einsatz?

Sinnvoll einsetzbar ist Künstliche Intelligenz eigentlich bei allem, was im Vorfeld einer Veranstaltung stattfindet, also bei Ticketing, Check-in, Kundenkontakt, Absprachen mit Dienstleistern. Hier können KI-Programme Erleichterungen bringen, und in der Branche passiert in dieser Hinsicht auch schon einiges. Im asiatisch-pazifischen Raum sieht man zudem bereits vielfach, dass sich Menschen bei Veranstaltungen per KI-gestützter Gesichtserkennung für den Zutritt authentifizieren. Da müssen wir uns einfach überlegen, ob wir zu so etwas in Deutschland ethisch bereit sind.

Digitale Transformation muss aus den eigenen Werten heraus erwachsen.

Alexander Mirschel

Wo sehen Sie denn – auch perspektivisch – die größten Potenziale der KI für die Branche?

Zunächst einmal im Bereich Kommunikation – vor allem, wenn wir über internationale Veranstaltungen sprechen. Mithilfe von KI können wir uns auf einem hohen Level mit potenziellen Kunden austauschen – in Englisch, Finnisch, Spanisch, aber auch in einfacher oder Gebärdensprache. Dadurch werden selbst Veranstaltungen, die kein großes Budget haben, zugänglicher, auch weil sie ganz neue Zielgruppen ansprechen können. Großes Potenzial liegt außerdem in der Lenkung und Organisation von Besucherströmen. Bislang passiert hier noch recht wenig, obwohl jeder Gast individuelle Interessen hat – zum Beispiel auf einem Festival mit mehreren Bühnen und zahlreichen Bands.

Diese Interessen mithilfe von KI individueller anzusprechen, die Menschen dorthin zu leiten, wo sie hinwollen, ist ein wichtiger Schlüssel für mehr Kundenzufriedenheit und macht Veranstaltungen zugleich auch sicherer, weil sich Besucherströme auf diese Weise entschlacken lassen. Und dann wäre da natürlich noch das Thema Nachhaltigkeit: Wenn ich eine Veranstaltung KI- und datenbasiert besser plane, die notwendigen Ressourcen effektiver einsetze, wird sie dadurch nicht nur günstiger, sondern auch umweltfreundlicher.

Nun stellen mangelnde Finanzierung und fehlendes Personal ja gerade den kulturellen Bereich seit vielen Jahren vor Probleme. Birgt KI an dieser Stelle auch Möglichkeiten und Chancen, die Gesamtsituation zu verbessern?

Da bin ich fest von überzeugt, weil sich KI als Multiplikator begrenzter Ressourcen nutzen lässt – und dadurch auch das Personal entlastet. Wir müssen dabei allerdings vorab genau prüfen, welche Anwendungsfälle uns intern und extern echte Mehrwerte bieten und was überhaupt zu unserer eigenen Organisationskultur passt. Digitale Transformation muss aus den eigenen Werten heraus erwachsen, hierbei steht also auch der Unternehmenszweck im Fokus.



Der Mensch und seine Erzeugnisse, Dinge wie emotionale Intelligenz oder Kreativität werden unverzichtbar bleiben.

Alexander Mirschel

Wie schaffen wir es mit KI, unsere Identität, unser Profil und unsere Vision noch schärfer herauszustellen? Zum Beispiel, indem wir uns von der Maschine repetitive und zeitraubende Aufgaben der Administration abnehmen lassen, um dann wiederum besseren persönlichen Service bieten zu können und mehr zwischenmenschliche Beziehungen aufzubauen. So paradox es klingen mag: KI kann uns mehr Zeit fürs Menscheln geben.

Auf der anderen Seite aber ruft die Entwicklung der vergangenen Monate auch bei vielen Menschen Sorgen hervor, sie fürchten etwa, von der Technik ersetzt zu werden. Wie schätzen Sie dieses Szenario ein?

Es wird durch die KI sicher in nahezu allen Berufsfeldern Veränderungen geben – und auch Arbeitsschritte, für die wir in den nächsten fünf bis zehn Jahren keine Menschen mehr brauchen. Zugleich ist die Angst vor solchen Transformationsprozessen aber auch nichts Neues, es gab sie eigentlich schon immer: als der Computer „Deep Blue“ den Schachweltmeister Garri Kasparow bezwungen hat, bei der Einführung von Drucker, Faxgerät oder MP3 – immer wurde das Ende gewisser Branchen prophezeit. Veränderung tut oft weh – solange wir sie nicht verstehen. Und ich glaube, das ist ein ganz wesentlicher Punkt.

Wir müssen in den Firmen beim Einsatz von KI alle Angestellten mitnehmen, ihnen Grundwissen vermitteln und die Technik auf diese Weise auch ein Stück weit entmystifizieren. Künstliche Intelligenz ist kein IT-Projekt, sondern ein Veränderungsprozess für die gesamte Organisation. Es braucht also den Impuls aus der Führungsebene, aber auch offene Kommunikation mit der gesamten Belegschaft. Die Menschen wollen nicht nur das Wie verstehen, sondern auch das Warum. Dadurch entsteht ein positives Narrativ, in dem auch betont werden sollte: Der Mensch und seine Erzeugnisse, Dinge wie emotionale Intelligenz oder Kreativität werden – gerade auch im Kulturbereich – unverzichtbar bleiben. Am Ende geht es beim Einsatz von KI bestenfalls ums Entlasten – und nicht ums Entlassen. Es geht darum, die bestmögliche Synergie aus Mensch und Maschine zu schaffen.



Die in Deutschland vielerorts vorherrschende Abwehrhaltung werden wir letztlich nur durch

Wissensvermittlung abbauen.

Alexander Mirschel

Verweigern kann man sich der Entwicklung – egal, wie man nun dazu steht – ja ohnehin kaum, da sind sich eigentlich alle Experten einig. Zugleich genießt Deutschland aber auch den Ruf, solche technischen Neuerungen oftmals zu verschlafen. Was raten Sie also den Unternehmen in der Branche? Wo besteht eventuell noch Nachholbedarf?

Man muss da unterscheiden: Auf technologischer Ebene wird der Wandel vor allem von China und den USA bestimmt, da haben wir in Europa wenig Einfluss, können uns aber auch nicht davor verschließen. Das heißt, wir brauchen mehr Offenheit, anstatt wie bislang sehr viele rote Linien zu ziehen. Dass wir einen regulatorischen Rahmen benötigen, wie ihn die EU mit ihrem AI Act ja auch zu gestalten versucht, ist gar keine Frage. Aber wenn wir immer nur das absolute Minimum zulassen, können wir keinen Fortschritt erreichen in einer komplett vernetzten, globalisierten Welt.

Die in Deutschland vielerorts vorherrschende Abwehrhaltung, auch Berührungsängste werden wir letztlich nur durch Wissensvermittlung abbauen, und hier sehe ich auch die Bundesregierung in der Pflicht, die Unternehmen bei entsprechenden Schritten finanziell zu unterstützen. Sinnvoll wären in meinen Augen zudem mehr interdisziplinäre Ansätze. Wenn sich Unternehmen und Organisationen über Wettbewerbsgrenzen hinweg zusammenschließen, um gemeinsam an Lösungen zu arbeiten, würden davon am Ende alle profitieren.

Der Einsatz von KI in der Veranstaltungsbranche ist auch Thema einer Tagung des Convention Bureau Rheinland-Pfalz, die am Mittwoch, 9. Oktober, von 10 bis 14.30 Uhr in der Koblenzer Rhein-Mosel-Halle stattfindet. Dort spricht auch Alex Mirschel. Weitere Infos und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt's [hier](#).



Stefan Schalles
Reporter (Kultur)

[Zur Autorensseite](#)