

KI im Event-Management

So nutzen Sie alle Vorteile

Einleitung

Am Thema Künstliche Intelligenz (KI) im Event-Management kommt heutzutage kein Unternehmen mehr vorbei. Neben CRM und Social Media gilt **Eventmarketing** laut einer Bitkom-Studie von Ende 2025 **zu den drei am meisten genannten Bereichen, in denen KI eingesetzt wird.** Und im Eventmarketing wird mehr dazu mehr investiert als in jedem anderen Marketingbereich.

Aber was genau bedeutet „Künstliche Intelligenz“ im Event-Management? **Wie kann ich als Event-Manager*in davon profitieren?** Was genau sind „Large Language Models (LLMs)“ oder „KI-Agenten“?

Grundsätzlich gilt: Es gibt nicht die eine KI-Anwendung, die die komplette Event-Planung revolutioniert oder auf den Kopf stellt. Viel mehr sind es viele verschiedene Anwendungen und Funktionen, die die einzelnen Schritte rund um Event-Organisation schrittweise optimieren.

Dabei ist auch hier oft der Weg das Ziel: Einer der interessantesten Benefits ist, generell seine Ziele und Prozesse zu hinterfragen, neu zu bewerten und sie dann mit einer KI zu verbessern. Nur so kann die Implementierung von KI bzw. die Integration in die verschiedenen Unternehmensprozesse verlässlich gelingen. Dabei werden auch KI-Agenten eine immer wichtigere Rolle spielen.

Rund um den Einsatz von KI im Eventmarketing gibt es Dutzende von Möglichkeiten und Wege. Mit einer **Schritt-für-Schritt-Anleitung** in diesem Paper können Sie zumindest ein paar unnötige Gabelungen und Sackgassen ausschließen. Das Wichtigste ist, überhaupt ein **Projekt rund um den Einsatz von KI im Eventmarketing zu starten.**

Oder anders gesagt: Der schlimmste Fehler wäre, gar nicht erst damit anzufangen.



Generative KI, Large Language Models und KI-Agenten



Was ist eigentlich künstliche Intelligenz?

Künstliche Intelligenz steht für Maschinen oder Software, die menschliche Intelligenz abbilden oder nachahmen. Dazu gehören unter anderem das Verstehen von Sprachen, das Erkennen von Mustern, das Treffen von Entscheidungen und vor allem das Lernen aus Erfahrungen.

Dieses kontinuierliche Erweitern ihrer Fähigkeit unterscheidet KI auch von anderen, automatisierten Programmen oder Software-Anwendungen.

Am weitesten verbreitet und etabliert sind sogenannte "generative KIs". Eine der wichtigsten Arten bzw. Kategorien von generativer KI sind dabei "Large Language Models" (LLMs).

Von diesen LLMs ist GPT von ChatGPT die am meisten verbreiteten Modell-Familie: Als Chatbot nutzt ChatGPT die Technologie des "Natural Language Processing" (NLP) in Form eines Large Language Models. Andere, sehr ähnlich funktionierende Modelle und Chatbots sind Copilot, Gemini, Claude, Perplexity oder Mistral.

Hinzu kommen eine ganze weitere Reihe generativer KI-Anwendungen, mit denen z. B. Bilder, Videos, oder Audio-Files erstellt werden können.

Wiederum andere Anwendungen generativer KI können z. B. Kunstwerke schaffen oder Musik komponieren.

Aus diesen Technologien ergeben sich weitere Anwendungen, die speziell für Event-Manager*innen interessant sind, wie z. B. das automatisierte Anlegen von Terminen, die Dokumentation von Meetings oder auch die Daten-Analyse von Events.

Zudem gibt es auch **immer mehr KIs, die speziell für den Event-Bereich konzipiert sind.** Diese ermöglichen z. B. ein optimiertes Netzwerken in Form von KI-gestütztem Matchmaking sowie für eine personalisierte Kommunikation und eine entsprechende Auswahl von Fotos und Inhalten.

KI-Agenten übernehmen Aufgaben auch proaktiv

Insbesondere für diese Automatisierungen werden KI-Agenten immer wichtiger: Während Chatbots wie ChatGPT zum Start immer einen Prompt brauchen, können KI-Agenten nach ihrer initialen Instruierung auch Aufgaben ohne gezielte Anweisung eines Menschen selbstständig und proaktiv erfüllen. Kombiniert mit Planungsfähigkeit, Langzeitgedächtnis, Reasoning-Fähigkeiten und einzelnen Tools wird aus einem passiven LLM dann ein aktiver Agent. In einem weiteren Schritt können dann auch mehrere Agenten zusammenarbeiten, um verschiedene Schritte einer größeren Aufgabe auszuführen.

KI-Agenten: Wie eine neue rechte Hand für Event-Manager

Reasoning. Multi-Agent-Systeme. Next-Level-KI. Rund um KI-Agenten schwirren – wie auch um die KI an sich – jede Menge vielversprechender Begriffe. Dabei existiert das Konzept von KI-Agenten bereits seit mehreren Jahrzehnten. So ließen sich rein theoretisch z. B. auch Thermostate, Rauchmelder, automatische Türen oder Spam-Filter als KI-Agenten bezeichnen. KI-Agenten begegnen uns zudem seit vielen Jahren in selbstfahrenden Autos, Lieferketten oder Chatbots für einen Kundenservice.

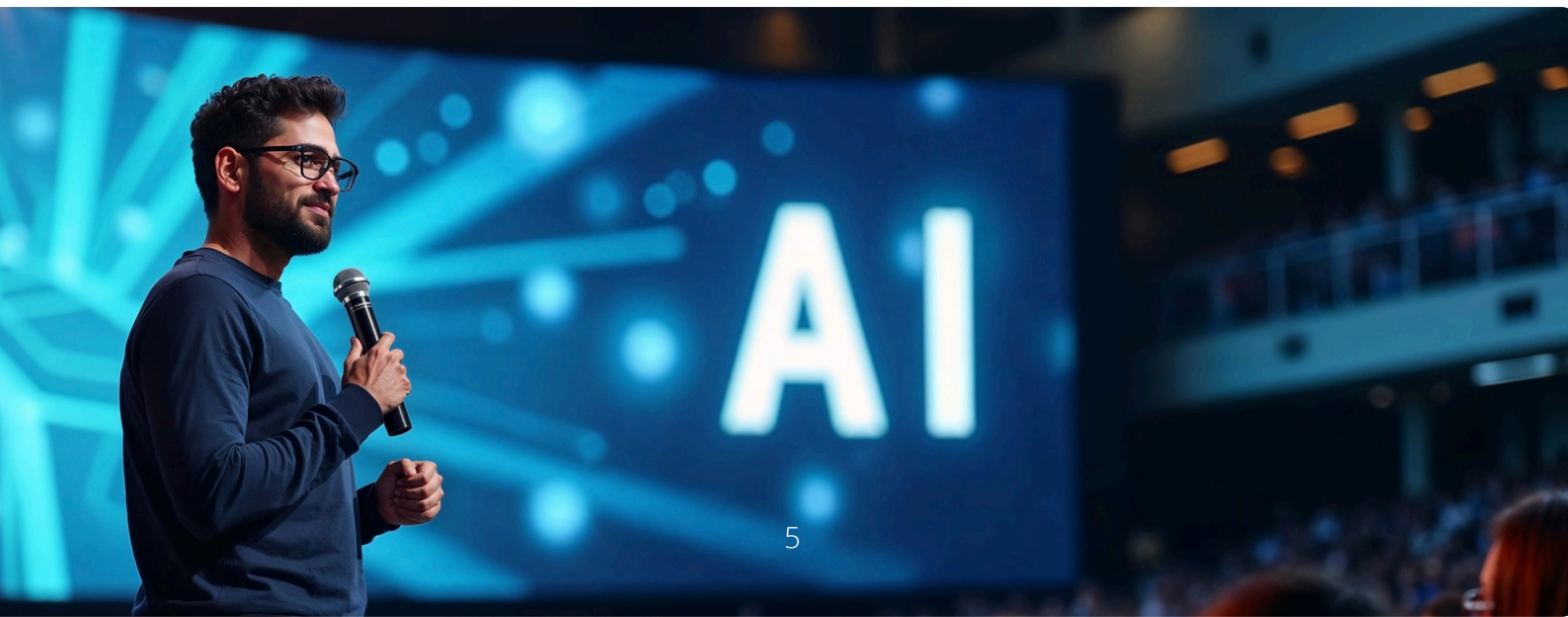
Natürlich ist die Intelligenz dieser KI-Agenten zum Teil auf Basis von "Wenn-Dann-Regeln" deutlich begrenzter, als von KI-Agenten im heutigen Verständnis. Aber im Prinzip sind KI-Agenten nichts Neues.

Wirklich neu dagegen ist, dass KI-Agenten auch **kommerziell nutzbar und skalierbar** sind – und das wiederum macht sie u.a. auch für Event-Manager interessant.

KI-Agenten: Eine Definition

Ein KI-Agent ist...

- ✓ ... ist ein **autonomes digitales** System
- ✓ ... nutzt künstliche Intelligenz zur **eigenverantwortlichen** Planung, Ausführung, Bewertung und kontinuierlichen Anpassung von Aufgaben
- ✓ ... verfügt über **Reasoning-Fähigkeit** und kann damit eigenständig logische Schlussfolgerungen ziehen
- ✓ ... **optimiert sich** durch laufendes Dazulernen selbst



KI-Agenten: Wie eine neue rechte Hand für Event-Manager

Der entscheidende Unterschied von KI-Agenten zu KI-Assistenten oder Bots ist die Fähigkeit, **Entscheidungen unabhängig zu treffen** und proaktiv zu agieren. Im Gegensatz dazu agieren Bots oder KI-Assistenten reaktiv, entweder auf Nutzeranfragen oder auf Trigger oder Befehle.

So funktionieren KI-Agenten

Wie genau kann ein KI-Agent Event-Manager in ihrem täglichen Doing unterstützen? Ein Event-Manager sucht z. B. für eine Veranstaltung eine passende Location. Hierfür kann ein KI-Agent so instruiert werden, dass er die einzelnen Schritte selbständig ausführt.

Einmal aktiviert, unterbreitet der KI-Agent z. B. Vorschläge für Locations auf Basis ähnlicher Events in der Vergangenheit. Dazu kann der KI-Agent auch E-Mails mit Anfragen zu einem Angebot der einzelnen Venues und Locations formulieren und sogar eigenständig verschicken.

Alternativ kann der Event-Manager die wichtigsten Parameter zur Suche der passenden Location eingeben. Dazu gehören z. B. die Region und ein Umkreis, die Anzahl der Teilnehmenden und der Zweck bzw. der Titel der Veranstaltung.

Statt also immer wieder aufs Neue stundenlang nach der optimalen Location zu suchen, **kann der KI-Agent diese Recherche innerhalb von Minuten erledigen.**

Hinzu kommt: Durch das ständige Wiederholen der Aufgabe lernt der KI-Agent laufend hinzu. Ein KI-Agent kann also immer besser voraussagen, was sich der Nutzer wünscht, im Falle der Suche nach einer passenden Location also z. B., welches Event-Profil am besten zu bereits vorab ausgewählten Veranstaltungsorten passt.

Voraussetzung für die Funktionalität eines KI-Agenten ist das Zusammenspiel mit einem MCP Server. MCP steht für Model Context Protocol. Dieses Protokoll strukturiert die Kommunikation zwischen KI-Anwendungen und externen Systemen.



KI-Agenten: Wie eine neue rechte Hand für Event-Manager

In dem hier geschilderten Fall könnte das z. B. eine Datenbank sein, in der sämtliche Daten von bislang genutzten Locations gespeichert sind. MCP-Server sind also eine wesentliche Voraussetzung für die Funktionalität von KI-Agenten.

Die in der **All-in-One-Lösung von doo eingebetteten KI-Agenten nutzen MCP-Server auf verschiedenen Ebenen.** Event-Manager können sich damit im Rahmen von doo auf eine **reibungslose und datengeschützte Funktionalität verlassen.**

So können KI-Agenten Event-Manager unterstützen

Ganz einfach betrachtet sind KI-Agenten für Event-Manager wie eine rechte Hand, die im Hintergrund selbständig arbeitet. Einmal aufgesetzt und instruiert, sind KI-Agenten am besten zum Erledigen repetitiver Aufgaben geeignet, wie z. B. ...



... Entwürfe für Events in verschiedenen Szenarien anlegen



... die Prüfung von Lieferantenrechnungen



... die Analyse von Event-Daten

Zum Aktivieren eines KI-Agenten genügt ein einziger Prompt. Im Gegensatz zu Chatbots wie z. B. ChatGPT braucht es also keine laufende Konversation, um die gewünschten Aufgaben durch eine KI ausführen zu lassen.

Der Nachteil ist allerdings, dass es zur Einrichtung professioneller und verlässlicher KI-Agenten im B2B-Bereich fortgeschrittene Kenntnisse braucht. **Kunden von doo sind hier klar im Vorteil und können auf ein bereits vorhandenes Framework zugreifen.**

Zusammenspiel mehrerer Agenten im Multi-Agenten-System von doo

Verkehr und Energie managen oder Rettungseinsätze koordinieren: Auch Multi-Agenten-Systeme sind schon seit vielen Jahren in unserem Alltag präsent. Durch das Zusammenspiel mehrerer KI-Agenten lassen sich noch viel größere, sich wiederholende Szenarien automatisiert erledigen. Dazu gehören auch alle Aufgaben rund um die Event-Organisation.

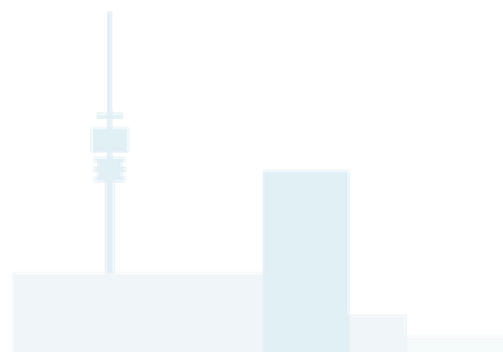
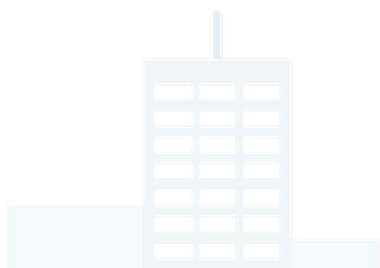
Event-Manager können hierfür die **doo AI-Agent Suite** nutzen: Mit diesem Framework lässt sich das **komplette Organisieren und Managen eines Events an KI-Agenten delegieren.** Zu den mit Hilfe von KI-Agenten zu erledigenden Aufgaben gehören u.a. das Event-Setup eines Briefings mit Go-Live, die individualisierte Teilnehmenden-Kommunikation, ein automatisches Lead-Scoring sowie die Kontaktanreicherung und CRM-Übergabe.

KI-Agenten: Wie eine neue rechte Hand für Event-Manager

Zudem kann ein Koordinationsagent beim Lösen von Terminkonflikten unterstützen. Die Vorteile des doo KI-Agenten Frameworks auf einen Blick:

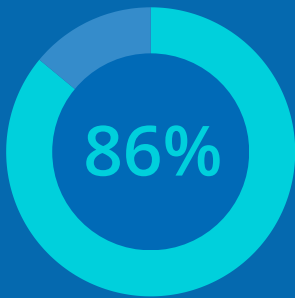
- ✓ Der doo KI-Agent konfiguriert und bereitet vor – und das um **bis zu 90% schneller** pro Event.
- ✓ **Ein Mensch entscheidet** und gibt frei
- ✓ Das doo AI Framework läuft auf einem MCP (Model Context Protocol) Server. So wird im Gegensatz zu sonst üblichen LLMs eine **Echtzeit-Synchronisierung** ermöglicht, was wiederum eine wesentliche Voraussetzung für das Funktionieren eines KI-Agenten im Event-Management-Bereich ist.

Weitere Informationen zum doo KI-Agenten finden Sie auf doo.net

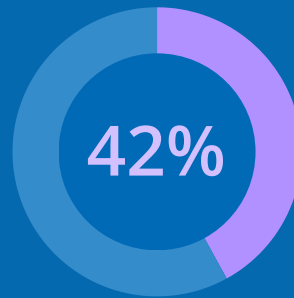


Chancen und Herausforderung im Umgang mit KI-Agenten

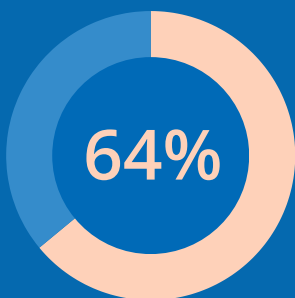
Die Befragung von 800 "Data-Leaders" in Unternehmen mit mehr als einem jährlichen Umsatz von einer Milliarde US-Dollar zeigt sowohl die Chancen wie auch die Herausforderung im Umgang mit KI-Agenten:



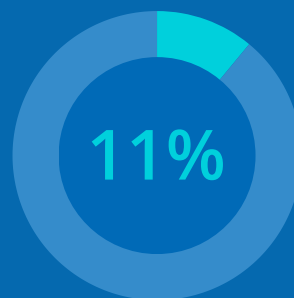
86% der befragten Data Leader sagen, dass sie sich in ihrem täglichen Doing **auf KI-Agenten verlassen.**



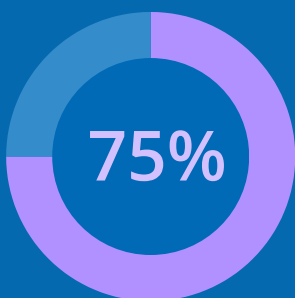
42% geben an, dass Dutzende von **entscheidenden Prozessen von KI-Agenten abhängig** sind.



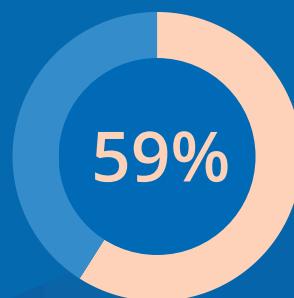
Gleichzeitig geben fast zwei Drittel (64%) zu, dass sie KI-Agenten lieber **für die Erledigung sich wiederholender Aufgaben** einsetzen als für die analytische oder strategische Entscheidungsfindung.



So würden nur 11% der Befragten den Einsatz von KI-Agenten **für geschäftskritische Funktionen** erwägen, wie z. B. Recruiting, Compliance oder ethische Fragestellungen.



Zudem geben drei Viertel bzw. 75% der Befragten an, dass sie sich **bei der Implementierung von KI-Agenten nicht sicher fühlen.**



59% hatten zudem mit **Halluzinations-Problemen oder Ungenauigkeiten** beim Einsatz von KI-Agenten zu kämpfen.

In diesen, teils widersprüchlichen Aussagen zum Einsatz von KI-Agenten wird deutlich, wie sehr sich große Unternehmen zum Einen bereits auf KI-Agenten rund um sich wiederholende Aufgaben verlassen. Zum anderen sind viele Entscheider unsicher, wie und ob sie den Ergebnissen der KI trauen können.

Zudem fehlt es Führungskräften an der Überzeugung, KI-Agenten kritische Geschäftsentscheidungen anzuvertrauen. Dabei könnten KI-Agenten eben gerade auf dieser strategischen Ebene ihre transformative Kraft entfalten.

KI-Agenten: Wie eine neue rechte Hand für Event-Manager

So kann KI Marketing-Experten im Event-Bereich entscheidend unterstützen

KI kann auch beim Planen und Durchführen von Events inspirieren, personalisieren und Zeit sparen. Das sind die wichtigsten Aufgaben, bei der eine KI Event-Manager*innen unterstützen kann:



Ideenfindung und Brainstorming

Ob beim Event-Motto oder bei der Auswahl des passenden Begleitprogramms: Für eine erste Inspiration kann eine KI wertvolle Impulse liefern – und so unpassend oder ungewöhnlich die Ideen manchmal sein mögen, es ist immer besser, als mit einem leeren Blatt Papier zu starten.



Persönlicher Technologieassistent

Ob in der Terminplanung, beim Organisieren und Delegieren von Aufgaben oder bei der Auswahl von Speakern – eine KI kann Sie dabei unterstützen, den Überblick zu behalten. Das gilt insbesondere bei kurzfristigen Buchungen.



Aufgaben automatisieren

KI und insbesondere KI-Agenten können generell dabei helfen, zeitraubende Aufgaben wie z. B. das Analysieren von Daten, die Dokumentation von Meetings oder die Terminplanung effizienter zu gestalten. Dazu gehören u.a. auch Predictive-Analysis zur Vorbereitung, Live-Reports zum Teilnehmenden-

Engagement auf dem Event selbst oder Post-Event-Analysen für eine laufende Optimierung.



Texte schreiben

Ob z. B. für E-Mails, Social Media, Beschreibungen von Sessions, Ankündigung von Speaker*innen oder Texte für die Landingpage, eine KI kann mit dem passenden Briefing gute Textvorlagen liefern.



Content umwandeln

Inhalte z. B. aus einem Video-Mitschnitt einer Event-Session einen Blogpost oder einen Newsletter erstellen. Oder über spezielle Moderations-Tools aus einer Diskussion Live-Chats bedienen bzw. FAQs formulieren.



Mehr Personalisierung und Teilnehmendenbindung

Über die Datenanalyse können Teilnehmende gezielter und individueller angesprochen werden. Zudem sorgen mehr personalisierte Inhalte auch für eine höhere emotionale Bindung der Gäste.



Netzwerken optimieren

Mit einem gezielten Matchmaking können verschiedene Anwendungen die Interessen der Gäste für ein effizienteres Networking besser zusammenbringen. Inklusive Begründung, warum sich ein Treffen lohnen kann.

KI-Agenten: Wie eine neue rechte Hand für Event-Manager



Fotos personalisiert verteilen

Gäste können über verschiedene Apps Ihre Fotos selbst abrufen oder sich automatisiert zuschicken lassen



Content klassifizieren

Inhalte z. B. auf Basis einer Agenda eine Veranstaltung einem übergeordneten Thema zuordnen, um das Interesse der Teilnehmer über mehrere Events zu messen.



Bilder und Videos generieren

KI-Anwendungen wie z. B. Canva können auf Basis von Text Prompts Bilder oder Videos in verschiedensten Stilen liefern. Auch professionelle Bilddatenbanken wie z. B. Adobe Stock bieten diesen Service an.



Musik komponieren

Ob per Text Prompt oder über die Auswahl von Instrumenten und Musik-Richtungen, mit KI können Sie auch eigene Musikstücke oder Jingles erstellen – und sich dabei u.a. teure GEMA Gebühren sowie Honorare und Nutzungsrechte sparen.



Präsentationen erstellen

Die Eingabe eines Themas genügt und schon erstellt die KI eine Gliederung sowie die dazugehörigen Inhalte. Dabei werden auch das Folien-Design variiert und Bilder integriert.



Content übersetzen

Gerade bei Events mit einem internationalen Publikum und Zielgruppen in verschiedenen Sprachen kann eine KI beim Übersetzen unheimlich hilfreich sein.



Chatbots für wiederkehrende Fragen einsetzen

Wann beginnt das Event nochmals? Was ist der Dress Code? Könnten Sie mir bitte nochmals die Agenda zukommen lassen? Solche Fragen für Hunderte Teilnehmende immer wieder aufs Neue zu beantworten, kann entnervend und zeitraubend sein. Ein entsprechend programmierter Chatbot beantwortet auch die 500. Anfrage höflich und klar.



Events evaluieren

Events auszuwerten und die richtigen Erkenntnisse daraus zu gewinnen, ist eine der wichtigsten Faktoren, um ihre Event-Planung sowie die daran anschließenden Leads und Opportunities im Sales-Bereich nach und nach zu optimieren. Mit einer KI funktioniert das schneller und präziser. So lassen sich auch Daten-Duplikate vermeiden und Profile einfacher aktualisieren.



KI im Event-Marketing einsetzen: Der Schritt-für-Schritt-Guide

Ob als einfache KI-Anwendung über LLMs wie z. B. Chat-GPT und Copilot oder gleich als KI-Agent, KI kann Event-Manager in vielen Bereichen entscheidend unterstützen. Dazu braucht es allerdings einen klaren Plan.

Schritt 1: Den eigenen Event-Management-Prozess gezielt betrachten

Zum Start Ihres KI-Projekts brauchen Sie ein klares Ziel. Und auf Basis dieses Ziels einen klaren Plan. Ohne Ziel und Plan haben Sie im schlimmsten Fall Budget verbrannt und nichts erreicht oder gelernt.

Nachfolgende Fragen können Ihnen helfen, ein klares Ziel zu definieren.

- ❓ An welchen Stellen des Prozesses rund um das Event-Management hakt es momentan am meisten?
- ❓ Welcher Vorgang ist am kompliziertesten oder verbraucht am meisten Ressourcen?
- ❓ Welche konkrete Aufgabe kann die KI mit welchem Ziel erledigen – wollen Sie z. B. die Registrierung beschleunigen oder Networking vereinfachen?

Identifizieren Sie also zunächst möglichst nur einen Bereich oder eine Aufgabe, in der Sie KI am besten unterstützen kann. Oder in dem der Bedarf nach Unterstützung am dringendsten ist.



Schritt 2: Ressourcen zur Implementierung von KI schaffen

Zum Start brauchen Sie neben einem klaren Ziel auch **Mitarbeitende mit den notwendigen Ressourcen**, um dieses Ziel umzusetzen und die dafür notwendige(n) KI-Lösungen zu implementieren. Zudem sollten sie den Mitarbeitenden auch die Möglichkeit einräumen, sich **rund die Implementierung von KI fortzubilden**.

Spätestens hier sollte jedem Projektverantwortlichen klar sein, dass KI nicht auf Knopfdruck eines oder gar alle Probleme lösen kann. Vielmehr gilt auch für den Einsatz von KI das Prinzip von "Try and Error". **Nicht nur die KI lernt dazu, sondern auch das Team zur Implementierung von KI sowie das gesamte Unternehmen.**

KI im Event-Marketing einsetzen: Der Schritt-für-Schritt-Guide

Schritt 3: Erfolgsmetriken festlegen

Wie jede andere Maßnahme braucht auch KI einen Return-on-Invest. Unternehmen sollten also auch KI an den zu erreichenden Zielen und konkreten Ergebnissen messen. Dazu braucht es **klar definierte Vorgaben, was im Zeitraum X mit welchen Ressourcen erreicht werden soll.**

Das kann z. B. eine bestimmte Minimierung für die Zeit des Registrierungsprozesses sein. Oder die Anzahl von gewinnbringenden Kontakten, die einzelne Personen auf einem Event gemacht haben.

Gleichzeitig ist auch hier eine gewisse Flexibilität gefragt: Jede Mess-Methode ist nur so sinnvoll und effektiv, wie sie auch der jeweiligen Aufgabenstellung entspricht. Wenn sich also herausstellt, dass die Metriken nicht so funktionieren wie anfänglich gedacht, müssen sie überprüft und ggf. angepasst werden.

Schritt 4: Die zur Aufgabenstellung passende(n) KI-Lösung(en) auswählen

Je nach Anforderung kann es spezifische Tools geben, die für einen bestimmten Bereich geschaffen sind. LLMs-Chatbots wie z. B. Microsoft Copilot decken dagegen breitere Bereiche ab. Es gibt hier also keine Standard-Lösung.

Zudem müssen Entscheider hier auch langfristig und integriert denken – diese Anforderung sollte jede KI-Lösung unbedingt erfüllen:

- ✓ **Service und Support:** Wie jede andere Software brauchen auch KI-Systeme laufend Updates. Deshalb sollten Sie bei der Auswahl möglichst sicherstellen, dass die Lösung auch noch mittel- bis langfristig verfügbar ist.
- ✓ **Integration:** Die über die KI generierten Daten sollten unbedingt über eine Schnittstelle in ein CRM-System integrierbar sein. Und natürlich sollte dies auch für andere Systeme gelten, die Ihr Unternehmen rund ums Marketing einsetzt.
- ✓ **Einfachheit:** Die beste KI-Lösung nutzt nichts, wenn die Nutzeroberfläche nicht klar und einfach bedienbar ist.

Event-Manager und Event-Marketing-Experten können sich auch in dieser Hinsicht auf die **doo AI Agent-Suite** verlassen: Im Zusammenspiel mehrerer Agenten entsteht ein **komplettes AI-Framework zur Optimierung Lösung verschiedener Aufgaben rund um Event-Management. Dazu setzt doo auch auf eigene MCP-Server.**

Schritt 5: Ein Pilot-Projekt aufsetzen

Ziel(e) definiert, Ressourcen geschaffen, Erfolgsmetriken festgelegt, KI-Lösung(en) ausgewählt? Dann kann es mit einem ersten Pilot-Projekt losgehen.

KI im Event-Marketing einsetzen: Der Schritt-für-Schritt-Guide

Wichtig ist, dass an dem Projekt der Nutzen von KI sichtbar werden kann. Wenn Sie also z. B. das Gefühl haben, dass die Aufgabe genauso oder vielleicht sogar besser mit dem Einsatz rein menschlicher Intelligenz gelöst werden könnte, sollten Sie die Auswahl des Projekts lieber hinterfragen.

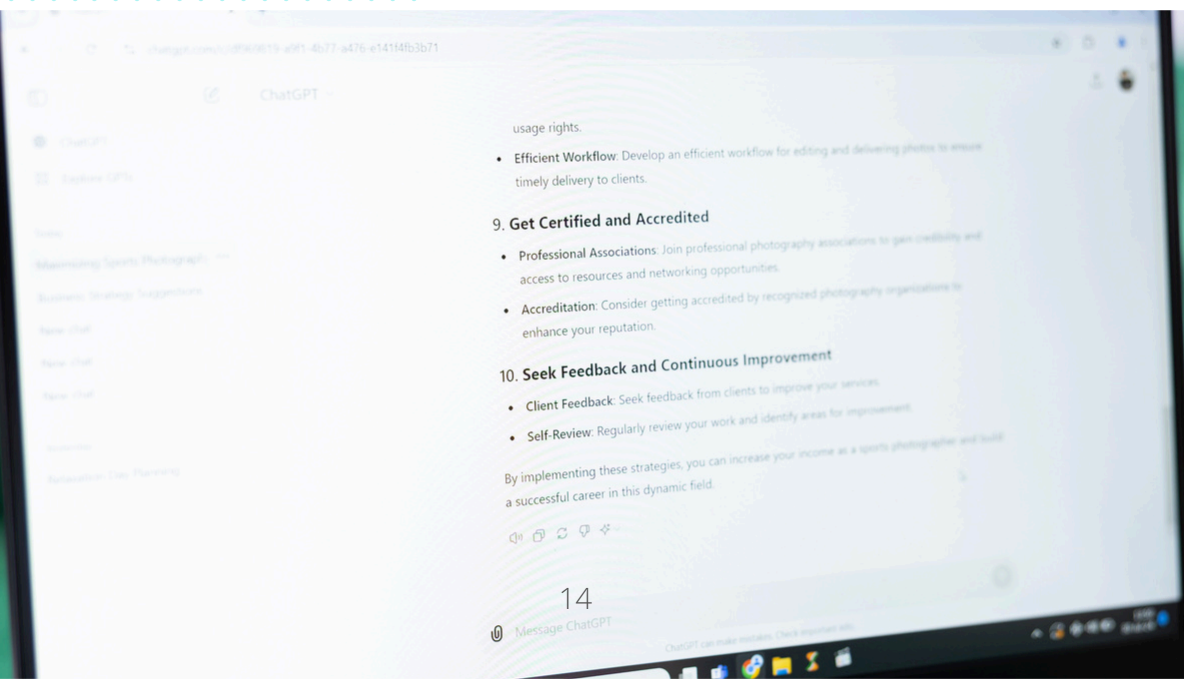
Am effektivsten und effizientesten ist es immer, **KI für sich wiederholende Aufgaben einzusetzen.** Also z. B., um automatisiert per E-Mail Standard-Fragen zu einem Event zu beantworten. Oder Informationen eines Kunden-Profiles direkt in das CRM zu übertragen.

Setzen Sie sich zudem für das Erreichen des Projektziels nicht nur ein budgetäres, sondern auch ein zeitliches Limit.

Schritt 6: Monitoren, lernen und skalieren

- ❓ Erreicht Ihr Team im Rahmen des Pilot-Projekts die richtigen Meilensteine?
- ❓ Was muss besprochen oder justiert werden?
- ❓ Welche Learnings lassen sich auf andere Projekte ausweiten und wie können Sie die Implementierung von KI bestmöglich skalieren?

Um diese und mögliche weitere Fragen rund um das erste KI-Pilot-Projekt zu beantworten, empfiehlt sich ein **mindestens zweiwöchentlicher Jour-Fixe für einen gezielten Austausch aller Beteiligten und Projekt-Verantwortlichen.** Zur lückenlosen Dokumentation sind Online-Projektmanagement-Tools hilfreich, mit denen alle Beteiligten verlässlich und effizient auf dem neusten Stand sind.



Prompts und Konversationen für Copilot, ChatGPT oder andere generative KIs erstellen

Die einfachste Möglichkeit, eine KI für die Planung und Durchführung von Events zu nutzen, ist eine generative KI, wie z. B. ChatGPT. Weitere bekannte Chatbots sind Copilot von Microsoft, Gemini von Google oder Claude von Anthropic.

Die folgenden Regeln zum Formulieren von Prompts sind für die Verwendung von KI-Agenten nur bedingt hilfreich: Meistens ist die Aufgabe eines KI-Agenten im geschäftlichen Event-Bereich vorab klar definiert und festgelegt. Statt eines Prompts brauchen Sie also lediglich einen Klick oder einen kurzen Sprachbefehl, um den dahinter liegenden Prozess zu starten.

Welche KI-Anwendung Sie auch immer nutzen, am Anfang ist es entscheidend, **die richtige Frage zu stellen bzw. die passende Aufforderung einzugeben**. In der Welt der KI nennt sich diese Aufforderung „Prompt“ – „to prompt something“ heißt auf Deutsch „etwas veranlassen“. Mit einem Prompt veranlassen Sie also, dass Ihnen ein LLM oder ein ChatBot ein Ergebnis liefert.

In den meisten Fällen starten Sie damit aber auch eine längere Konversation. So will z. B. die KI den Prompt besser verstehen und / oder verfeinern. Oder Sie erkennen selbst, dass der erste Prompt unzureichend war und dass Sie nacharbeiten müssen.

Prompts mit konkreten Rollen-Angaben und Vorgabe der Tonalität

Ein Profi-Tipp ist, der KI nicht nur eine Aufgabe zu geben, sondern auch gleich mit dem Prompt die Rolle zu nennen, aus der die KI diese Aufgaben entwickeln soll. Zudem können Sie der KI auch noch mitgeben, auf welche Art und Weise bzw. in welchem Ton die Antwort ausfallen soll – Beispiele hierfür sind „akademisch“, „analytisch“, „spielerisch“, „nüchtern“ oder „menschlich“. So könnten diese Prompts aussehen:



Sie sind Event-Planer. Erstellen Sie einen detaillierten Zeitplan für eine dreitägige Konferenz zum Thema „Nachhaltiger Tourismus“, einschließlich Hauptvorträgen, Nebenveranstaltungen und Networking-Events.



Sie sind Event-Marketing-Experte. Nennen Sie mindestens drei konkrete Maßnahmen, wie Sie Ihre Teilnehmenden vor und nach dem Event über Social Media involvieren können, um so über das Event hinaus eine Community aufzubauen.



Sie sind Event-Manager. Erstellen Sie eine Liste potenzieller Speaker für ein Gipfeltreffen der Technologiebranche mit Schwerpunkt auf Expert*innen für künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen.



Machen Sie Vorschläge für eine virtuelle Teambuilding-Veranstaltung mit 50 externen Mitarbeitenden, um das Eis zwischen den Teilnehmenden zu brechen.

Prompts und Konversationen für Copilot, ChatGPT oder andere generative KIs erstellen



Schreiben Sie eine Follow-up-E-Mail an die Speaker des Events XY, um ihnen für ihre Teilnahme zu danken und um Materialien zu bitten, die sie als Post-Event-Inhalte teilen möchten.

Wohlgemerkt sind dies nur ein paar von einer ganzen Reihe von Möglichkeiten – am Ende des Tages müssen Sie für Ihre Branche und für Ihren Bereich den passenden Ansatz finden. Am Wichtigsten ist auch hier "trial and error": nur wer seine **Prompts laufend ausprobiert und so immer wieder weiter verfeinert und testet, kommt letztendlich wirklich ans Ziel.**

Grundsätzliche Regeln für den Umgang mit KI

Gleichzeitig können Sie durch die Einhaltung ein paar grundsätzlicher Regeln sicher sein, dass Sie ein besseres Ergebnis erzielen:



Klare Sprache in ganzen Sätzen

Auch ein LLM oder Chatbot kann vollständige, klar formulierte Sätze und präzise Anforderungen besser verstehen als zu kurze oder unklare Formulierungen. Zur Klarheit kann auch gehören, eine bestimmte Zeichen-Länge für die Antwort vorzugeben.



Kontext, Hintergrund und Beispiel

Je mehr Hintergrund und Kontext Sie der KI mitgeben, desto besser kann die KI Ihre Anfrage verstehen und desto genauer kann die KI das Ergebnis darauf anpassen. Beispiele für Kontext können die Branche, der Veranstaltungsort sowie die Anzahl und die Rolle der Teilnehmenden sein. Auch ein konkretes Fallbeispiel kann hilfreich sein.



Lieber mehrere Prompts als einen langen

Verzichten Sie auf zu komplexe Aufgabenstellungen in einem Prompt und stellen Sie lieber pro Prompt eine Aufgabe. So sollten Sie z. B. die Planung der Veranstaltung nicht gleich mit der Suche nach den passenden Speakern und einem geeigneten Slogan verbinden – stattdessen verdient jede dieser Aufgaben einen eigenen Prompt.



Offene Fragen stellen

Stellen Sie Fragen, die sich nicht einfach mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten lassen. So sollten Sie z. B. nicht fragen: „Die Teilnehmenden meiner Veranstaltung sind Event-Manager*innen. Sollte ich auch einen Workshop zu KI anbieten?“, sondern: "Zu welchen Themen sollte ich Workshops anbieten?"

Prompts und Konversationen für Copilot, ChatGPT oder andere generative KIs erstellen



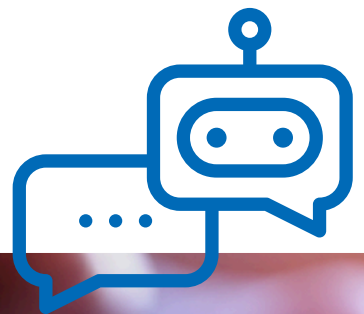
Immer weiter fragen

Wie schon erwähnt, liefert eine KI nicht immer sofort das passende Ergebnis. Durch eine laufende Anpassung der Fragetechnik und der damit verbundenen Inhalte kommen Sie am Ende des Tages nach und nach doch zum richtigen Ergebnis.



Höflich bleiben

Einer KI ist es grundsätzlich vollkommen egal, ob Sie die höfliche "Sie"-Form oder das informelle "Du" verwenden. Allerdings empfiehlt es sich, im Umgang mit der KI unabhängig von der Anrede immer einen höflichen Umgangston zu pflegen.



PROMPT...



Hürden und Grenzen der KI – und wie Sie diese überwinden

Bei all diesen Regeln und Empfehlungen gilt auch im Umgang mit einer KI immer: Wer nicht anfängt, macht keine Fehler und lernt nicht dazu. Manchen Menschen fällt es schwerer, mit einer KI zu arbeiten, anderen fällt es leichter. Am Anfang geht es vor allem darum, überhaupt zu starten und Erfahrungen zu sammeln.

Ein wichtiger Schritt dazu ist, **KI in Ihre Arbeitsabläufe einzubauen** – und das fällt mitunter schwerer, als es auf den ersten Blick klingt. Es ist nicht immer ganz einfach, sich aus gewohnten Arbeitsabläufen zu befreien und die KI mit einzubeziehen.

Ein weiterer wichtiger Hinweis ist, **nicht alle möglichen KI-Anwendungen auf einmal zu testen** – je Arbeits- und Aufgabengebiet sollten Sie sich immer erst Mal auf ein Tool beschränken. Wenn Sie damit vertraut sind und das Gefühl haben, können Sie mit dem nächsten Tool weiter machen. So bekommen Sie nach und nach eine Idee, welches Tool Ihnen bei welcher Aufgabe hilft.



Insbesondere für KI Tools zur Analyse brauchen Unternehmen strukturierte Daten

Für was auch immer Sie KI oder KI-Tools verwenden, zum Start braucht es Daten, wenn auch manchmal nur in Form von Prompts. Gerade für die Analyse von Daten – sei es zur Post-Event Betrachtung, zur Analyse des Marketings und oder zur Vorab-Planung mit Predictive Analysis – braucht es strukturierte Daten, die möglichst kohärent und damit bestmöglich vergleichbar sind.

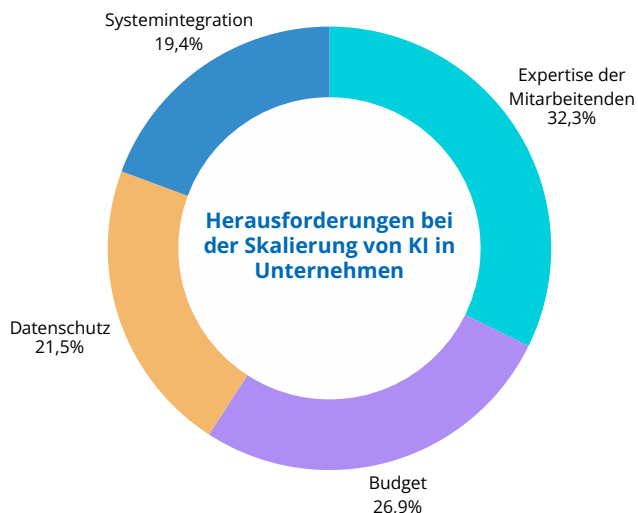
Vor diesem Hintergrund gewinnt die **All-in-One-Lösung zur Abbildung der gesamten Teilnehmendenreise von doo enorm an Bedeutung**: Konsequenterweise eingesetzt sorgt sie nicht nur für automatisierte Prozesse und damit mehr Effizienz, sie optimiert auch die Datengenerierung: **Statt zeitaufwändig Daten aus einzelnen Tools und Prozessen in eine zentrale Lösung einzuspeisen und anzugleichen, sind diese bereits in doo vorhanden.** doo stellt diese ihrem KI Tool über passende MCP Server zur Verfügung. Das betrifft auch die Integration in bestehende Systeme: Wer mit einer zentralen Lösung wie doo arbeitet, kann **viel gezielter Schnittstellen programmieren** bzw. bereits vorhandene Lösungen zur Anbindung nutzen. Auch hierfür hat doo bewährte Prozesse.

Nicht zuletzt können Sie sich mit der doo Lösung auch absolut sicher sein, dass Sie **KI datenschutzkonform** nutzen. Weitere Infos dazu lesen Sie ab der übernächsten Seite.

Hürden und Grenzen der KI – und wie Sie diese überwinden

Qualifikation der Mitarbeitenden für den erfolgreichen Einsatz von KI entscheidend

Jede noch so intelligente Technologie ist immer nur so gut und gewinnbringend, wie sie auch wirklich eingesetzt und genutzt wird. Neben der Generierung von Daten ist deshalb laut einer "Event Industry News" Umfrage die größte Herausforderung bei der Skalierung von KI die Expertise der Mitarbeiter: Diese ist für 30% der befragten Unternehmen die größte Hürde, gefolgt von budgetären Fragen (25%), dem Datenschutz (20%) sowie der Integration in bestehende Systeme (18%).



Bei der Auswahl der passenden Tools sind Motivation und Zweck entscheidend

Der vielleicht wichtigste Tipp zum Umgang mit KI-Tools ist, sich vorher immer genau zu überlegen, für welchen Zweck Sie die KI brauchen. Was motiviert Sie dazu, die KI zu nutzen?

Überlegen Sie sich also genau, welche Aufgaben Ihnen am meisten Zeit rauben oder bei welchen Aufgaben Sie mit einer KI am meisten Zeit sparen könnten. Beachten Sie hierzu auch unseren Schritt-für-Schritt-Plan in diesem Whitepaper.

Lassen Sie Ihren Kopf eingeschaltet

Bei allen Vorteilen einer KI gibt es auch zwei große Nachteile:



Eine KI liefert nicht immer exklusive Inhalte



Eine KI kann sich irren

Gerade der erste Punkt der exklusiven Inhalte gerät bei der Nutzung einer KI oft in den Hintergrund. Wenn viele Nutzende ähnliche Anfragen stellen, wird sich die Antwort einer KI nur in Nuancen unterscheiden.

Für Sie als Nutzer*in ist es wichtig, die von einer KI gelieferte Antwort bzw. anderen bereit gestellten Content als gute Vorlage zu begreifen und diese um Ihre eigenen Gedanken zu ergänzen. So können Sie sicher sein, dass Sie ein individuelles, einzigartiges Ergebnis liefern, dass sich von der Konkurrenz abhebt.

Hinzu kommt: Wenn Ihnen die KI nicht verlässlich sagen kann, woher die von ihr generierten Inhalte kommen, können Sie z. B. das Urheberrecht des von Ihnen verwendeten Contents verletzen.

Hürden und Grenzen der KI – und wie Sie diese überwinden

Mit der Automatisierungslösung von doo können Sie dabei z. B. die Auswahl auf die KI-Anwendungen von Microsoft Copilot oder anderen in Ihrem Unternehmen generell freigegeben Anbietern beschränken und bleiben so dank des strengen Datenschutzes im Rahmen der App immer auf der sicheren Seite.

Vorsicht mit den Datenschutz beim Füttern von KI

Laut einer Umfrage **nutzen 91% aller Event-Profis KI-Anwendungen**. Zwar gibt es auch hier teilweise Zweifel an der Glaubwürdigkeit bezüglich der Ergebnisse von KI-Agenten, aber an dem Trend kommt kaum ein Event-Marketer mehr vorbei.

Gleichzeitig **scheitern laut einer MIT-Studie 95% aller GenAI Pilot Projekte**, einen ROI zu liefern. Ein wesentlicher Grund dafür sind in vielen Unternehmen auch datenschutzrechtliche Fragen. Dabei geht es nicht nur um die Daten ihrer Kunden, sondern auch um ihre eigenen Daten. Denn mit der Nutzung allgemein zugänglicher Tools zur Datenanalyse können Unternehmen Kontrolle über ihre Daten verlieren.

Vor dem Nutzen von Datenanalysetools sollten Sie sich also bewusst machen, was genau mit den personenbezogenen Daten passieren kann, die die KI analysieren soll: Wie werden sie gespeichert?

In welcher Form werden sie verarbeitet? Und besteht möglicherweise das Risiko, dass sie weitergegeben werden, z.B. indem das Modell mit ihnen trainiert wird?

Wenn die Nutzerbestimmungen des von Ihnen verwendeten KI-Tools auch nur eine dieser drei Fragen nicht eindeutig beantwortet, sollten Sie das Tool lieber nicht nutzen: Das Verletzen von Datenschutzbestimmungen kann hohe Strafen nach sich ziehen.

Zwar gibt es in vielen Fällen gibt es für KI-Tools bezahlte Pläne, mit denen die Daten nur intern verwendet werden und damit sicher bleiben sollen. An der Verlässlichkeit dieser Aussage ist aber laut Experten durchaus Zweifel geboten. Um auf der sicheren Seite zu sein, sollten Sie ganz darauf verzichten, personenbezogene Daten an eine externe KI-Anwendung zu geben. In unserem ausführlichen [Whitepaper zum datenschutzkonformen Einsatz von KI](#) finden Sie nicht nur sämtliche Informationen rund um den rechtlichen Rahmen, viel mehr können Sie dort auch in verschiedenen Use Cases selbst prüfen, in welchem Fall Sie KI einsetzen wollen und in welchem nicht.



Hürden und Grenzen der KI – und wie Sie diese überwinden

Ein gutes Beispiel dafür ist der **Einsatz von KI zum Tracken von Stimmungen bzw. von Emotionen** sowie für Gesichtserkennung. Gerade letztere können bei der Einlasskontrolle für mehr Sicherheit und Effizienz sowie auch auf dem Event für ein schnelleres Erkennen von Gefahren sorgen. Mit der Analyse von Stimmungen und Emotionen lassen sich insbesondere die Abläufe auf mehrtägigen Events ganz gezielt optimieren. Gerade bei diesen KI-Tools müssen Unternehmen und Agenturen aber auch noch genauer darauf achten, die Datenschutzregulierungen einzuhalten.

Halluzinieren von KI: Es empfiehlt sich, jedes Ergebnis einer KI zu überprüfen

Des Weiteren kann sich eine KI „irren“ oder auch Inhalte komplett frei erfinden – und das kann viele Gründe und Facetten haben. So kann z. B. eine Datenanalyse aufgrund der bereit gestellten Daten für Voreingenommenheit sorgen und damit ein falsches bzw. verzerrtes Ergebnis liefern.

Das gleiche gilt für ein Briefing bzw. einen Prompt: Wenn dort Informationen enthalten sind, die gewisse Dinge ausschließen, dann kann das am Ende des Tages zu einer nicht ganz stimmigen Antwort führen. Entscheidend ist daher immer, sich die Ergebnisse genau anzuschauen und ggf. über weitere Quellen zu verifizieren.

Für was auch immer Sie eine KI verwenden, beim Betrachten des Ergebnisses sollten Sie sich die Prompts wie auch die Antworten genau anschauen.

Das gilt natürlich auch für möglicherweise falsche Antworten aufgrund von Fake News oder Halluzinationen. Eine KI kann falsche Antworten auf Basis von falschen Quellen geben oder aber auch tatsächlich halluzinieren und Antworten „erfinden“.

Das Wichtigste beim Arbeiten mit einer KI ist deshalb immer: Überprüfen, überprüfen, überprüfen. Und dann am besten mit dem Ergebnis selbst gezielt weiterarbeiten. Es gehört mittlerweile auch nicht nur zur Netiquette darauf hinzuweisen, dass die Ergebnisse mit Hilfe einer KI entstanden sind. Und noch besser ist, Sie nennen die Quellen, aus denen Sie sich (mit oder ohne Hilfe einer KI) bedient haben.

Management Summary

Am besten loslegen und lernen

Wie und in welche Richtung sich künstliche Intelligenz entwickelt, kann niemand vorhersehen. Klar aber ist, dass sie schon heute in vielen Unternehmen eine entscheidende Rolle spielt.

Dabei tun Entscheider gut daran, möglichst gezielt und vor allem nicht mit blindem Aktionismus vorzugehen: Laut der bereits zitierten Umfrage glauben mehr als drei Viertel bzw. **77% aller Data Leader, dass ihre Wettbewerber eine mächtigere KI-Strategie haben als ihr eigenes Unternehmen.**

Die Angst, von der Realität überholt zu werden ist also definitiv größer, als sie eigentlich sein könnte.

Noch gefährlicher aber ist es, in Sachen KI gar nichts zu unternehmen. Mit einem guten Plan kann KI schon jetzt viele Prozesse optimieren.

Das gleiche gilt auch für jeden einzelnen Mitarbeitenden. **Nur wer offen und neugierig bleibt, wird sich mit den Vorteilen der KI anfreunden und sie für sich zu nutzen wissen,** um das Arbeitsleben immer mehr nach der individuellen Expertise auszurichten.

Kunden von doo können sich darauf verlassen, dass wir sämtliche Entwicklungen rund um KI genau beobachten und wie z. B. im Fall der doo KI-Agenten-Suite auch konkret anbieten. Wir bleiben für Sie dran!





LASSEN SIE SICH BERATEN UND
SPRECHEN SIE MIT UNSEREN
EXPERT*INNEN!



doo GmbH

Hultschiner Straße 8, 81677 München

+49 89 24 88 15 35 5

beratung@doo.net

doo.net