



Foto: © flora&faunavisions GmbH, Berlin

Über KI-Einsatz im Erlebnisdesign

Wie führende Kreative über KI-Technologie denken und sie einsetzen, ist auch Thema im neuen *Experience & Event Design 2025/2026*. Hier ein Auszug des Gesprächs zwischen Autorin Katharina Stein und Christoph Diederichs (Atelier Markgraph) und Sören Fricke (SOLIDSENSE):

KI ist ein allgegenwärtiges Thema. Welche konkreten und gewinnbringenden Einsatzmöglichkeiten seht ihr für sie im Erlebnisdesign? In welchen Bereichen kann sie die Branche am stärksten verändern? Und wo seht ihr kritische Herausforderungen oder Grenzen?

Christoph Diederichs:

Bisher betrachten wir KI mit positivem Interesse, sehen jedoch auch die kritischen Seiten, zum Beispiel die benötigte Energie und auch die möglichen Auswirkungen auf die Kreativbranche. Unser Berufsfeld lebt von Storywritern, Programmierern, Voice Actors und Gestaltern. Dieses Feld der KI zu überlassen entspricht nicht unserem kreativen Anspruch und Selbstverständnis. Das heißt nicht, dass wir KI nicht gezielt einsetzen. Wir nutzen sie beispielsweise für Visualisierungen

oder um Inhalte zusammenzufassen. Letztlich gibt uns KI die Möglichkeit, unsere Arbeit effizienter zu machen.

Interessant ist der Einsatz von generativer KI in Erlebnissen dann, wenn Besuchende plötzlich nicht mehr nur vordefinierten Content erleben, sondern dieser sich individuell je nach Nutzer selbst entwickelt und verändert. Das bietet eine ganz neue Denkweise für Erlebnisse. Diesen Ansatz verproben wir auch bereits in ersten Umsetzungen.

Letztlich gibt uns KI die Möglichkeit, unsere Arbeit effizienter zu machen.

Sören Fricke:

Hierüber könnte man wohl Seiten schreiben. KI ermöglicht es, ohne großen Aufwand individuell zugeschnittene Interaktionen und Erlebnisse zu kreieren – Stichwort: User-Centered Experience Design.

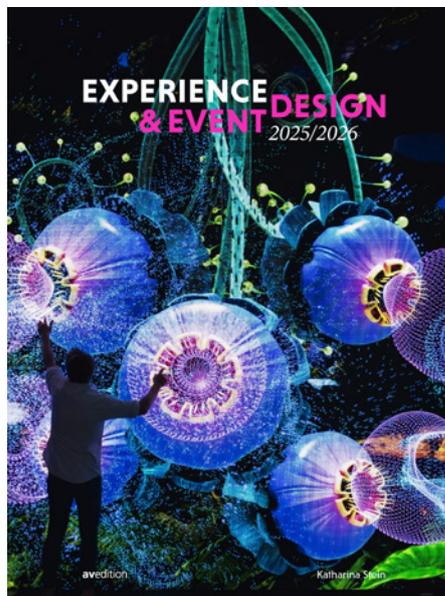
Hierzu fehlt aber oftmals die Datenbasis. Viele Kunden sind sich über ihre Besucherschaft gar nicht genau genug im Klaren und haben daher wiederum ihre Inhalte auch nicht für verschiedene Usergruppen optimiert.

Die größte Veränderung ist in den digitalen oder physisch-digital gemischten Erlebnissen zu erwarten.

Die größte Veränderung ist in den digitalen oder physisch-digital gemischten Erlebnissen zu erwarten. Webseiten mit einer starren Navigation wird es nicht mehr geben, diese werden zukünftig individuell „on the fly“ für User:innen aus einem Contentpool erstellt werden. Mit Touchanwendungen auf Messeständen, in Showrooms und Museen wird es sich ähnlich verhalten.

Die größte Herausforderung hierbei wird sein, die Denkweisen in der inhaltlichen Zusammenstellung des Contents anzupassen, weg von der Linearität und hin zum KI-kuratierten Schwarmwissen.

Auszug aus dem Interview von Katharina Stein mit Christoph Diederichs (Atelier Markgraph) und Sören Fricke (SOLIDSENSE)



Experience & Event Design 2025 / 2026

Katharina Stein

Deutsch / Englisch

160 Seiten

Softcover

240 Fotos und Pläne

23 × 31 cm

ISBN 978-3-89986-432-8

Gerade jetzt sind gemeinsame Erlebnisse von unschätzbarem Wert. Sie schaffen Gemeinschaft, stärken Vertrauen und geben Zuversicht. Sie eröffnen Räume für neue Perspektiven, Momente der Inspiration und den kurzen Ausbruch aus dem Alltag. Neue Technologien spielen dabei eine Schlüsselrolle. Mit ästhetischen Raumerlebnissen, gemeinschaftsfördernden Events und immersiven, interaktiven Welten bringt diese Ausgabe genau das auf den Punkt: den unverzichtbaren Wert von Live-Kommunikation.

[Leseprobe \(PDF\)](#)