



DRIVEN BY PEOPLE, POWERED BY DATA
DIE KI-STRATEGIE DES
GCB GERMAN CONVENTION BUREAU E.V.

Strategische Partner



Strategischer Messe-Partner



Inhaltsverzeichnis

Künstliche Intelligenz und die Organisation der Zukunft	3
Die KI-Strategie des GCB - Hintergründe und Prozess	4
Ziele: Was soll die KI-Strategie aus Sicht des Teams leisten?	4
Anwendungs- und Handlungsfelder für KI im GCB	5
Chancen und Herausforderungen	6
Ausgangslage und bisherige Aktivitäten	7
Roadmap: KI im Ökosystem des GCB	9



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND DIE ORGANISATION DER ZUKUNFT

Vorwort



VON MATTHIAS SCHULTZE
Managing Director des
GCB German Convention Bureau e.V.

In einer zunehmend datengetriebenen und technologieorientierten Welt wird künstliche Intelligenz (KI) in den kommenden Monaten und Jahren mehr und mehr zur Grundlage für die kontinuierliche Weiterentwicklung von Organisationen. KI bietet uns dabei nicht nur die Möglichkeit, Prozesse zu optimieren und Effizienz zu steigern. Sie eröffnet auch das Potenzial, Geschäftsmodelle grundlegend zu transformieren und neue Chancen in Marketing und Kommunikation zu erschließen. Um nur ein exemplarisches Schlaglicht für die Relevanz von KI im Umfeld von Business Events herauszugreifen: laut Meeting- & EventBarometer 2023/2024 stimmen 80 Prozent der befragten Veranstalter der Aussage zu, dass Künstliche Intelligenz zunehmend bei Events genutzt wird.

Für uns, das GCB German Convention Bureau e.V., bedeutet die ganzheitliche und strategische Implementierung von KI in unserer Organisation eine Reihe von Chancen:

- Die Chance, uns vorausschauend als Team über unseren gemeinsamen Ansatz auszutauschen und uns optimal mit Mindsets, Kompetenzen und Skills für die Arbeit mit KI auszustatten.
- Die Chance, uns als Organisation technologisch weiterzuentwickeln, unsere Innovationskraft langfristig zu stärken und so auch künftig die internationale Spitzenposition des Tagungs- und Kongressstandorts Deutschland zu sichern.
- Die Chance, uns als zukunftsorientierter Partner für unsere Stakeholder und für andere Organisationen im nationalen und globalen Ökosystem von Business Events zu etablieren.

Um KI erfolgreich und nachhaltig in unsere Arbeit und unsere Organisationsentwicklung zu integrieren, sind uns einige Schlüsselfaktoren besonders wichtig:

Eine klare Vision und Strategie – Ein zukunftsorientierter Ansatz erfordert eine präzise Vorstellung davon, wie KI unsere Ziele unterstützen und unser Leistungsportfolio erweitern kann. Die Fähigkeit, strategische Ziele mit KI-Initiativen zu verknüpfen, bildet für uns die Basis einer nachhaltigen Transformation.

Eine Kultur der Innovation – KI-Anwendungen können dann erfolgreich implementiert werden, wenn sie dazu beitragen, unsere Unternehmenskultur, Innovation und Experimentierfreude zu fördern. Wir wollen eine Kultur des Lernens etablieren, in der alle im GCB-Team die Vorteile von KI erkennen und bereit sind, neue Ansätze zu integrieren.

Ein starkes Daten- und Technologiefundament – Eine solide Infrastruktur für Datenmanagement und -analyse ist die Basis dafür, wertvolle neue Einblicke zu gewinnen. KI benötigt qualitativ hochwertige Daten, die systematisch gesammelt und verarbeitet werden können. Unser Ziel ist es, eine robuste Datengrundlage aufzubauen und technologische Ressourcen zu erweitern.

Umfangreiche menschliche Kompetenz – KI kann nur sinnvoll eingesetzt werden, wenn wir über das notwendige Wissen und die Fähigkeiten verfügen, die Technologie zu nutzen und ihre Möglichkeiten voll auszuschöpfen. Deshalb fokussieren wir auf die Weiterbildung und das Upskilling im Team, um unsere Kompetenzen kontinuierlich an die Erfordernisse rund um KI-Nutzung anzupassen.

Bewährte Partnerschaften und neue Kollaborationen – Keine Organisation kann allein erfolgreich sein. Partnerschaften innerhalb und außerhalb unseres Ökosystems, mit KI-Expert*innen, Technologiefirmen, Start-ups und akademischen Institutionen ermöglichen uns den Zugang zu neuem Wissen und erweitern unsere Innovationskapazitäten.

Indem wir diese Faktoren in den Vordergrund stellen und früh einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen, möchten wir uns Schritt für Schritt gemeinsam zu einer Organisation mit hohem KI-Reifegrad entwickeln. Unser Ziel ist dabei nicht nur die Effizienzsteigerung, sondern auch die aktive Gestaltung neuer Möglichkeiten und Horizonte für den Tagungs- und Kongressstandort Deutschland. Unser Anspruch ist es, mit der langfristigen Einbindung von KI in unsere Arbeitsprozesse das GCB als innovativen, strategisch vorausschauenden Partner in einer digital vernetzten Welt von Business Events zu positionieren.

Ihr *Matthias Schultze*

DIE KI-STRATEGIE DES GCB - HINTERGRÜNDE UND PROZESS

Die Grundlagen der KI-Strategie des GCB German Convention Bureau e.V. wurden im Zuge einer Befragung des gesamten Teams sowie in einem interaktiven Workshop während des GCB-Strategiemeetings im Juni 2024 erarbeitet. Ziel ist es, das GCB als Data Driven Company weiterzuentwickeln und eine Roadmap zu erstellen, die die zukünftige Arbeit des GCB durch die Integration von Künstlicher Intelligenz unterstützt. Die Strategie basiert auf den Perspektiven und Erfahrungen des gesamten Teams und soll sowohl für den internen Gebrauch als auch für die Kommunikation mit Stakeholdern dienen. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf praxisorientierten Anwendungen, die Bereiche wie Eventmanagement, Marketing, Arbeitsprozesse, Datenanalyse, Kundenmanagement sowie weitere zentrale Handlungsfelder des GCB optimieren.

ZIELE: WAS SOLL DIE KI-STRATEGIE DES GCB AUS SICHT DES TEAMS LEISTEN?

Effizienzsteigerung und Arbeitserleichterung: Die neue KI-Strategie soll die Arbeit der Mitarbeiter*innen erleichtern, Zeit sparen und die Effizienz erhöhen. Eine vollständige Integration in alle Arbeitsabläufe ist gewünscht, wobei sichergestellt wird, dass die Mitarbeiter*innen bei Bedarf Unterstützung bei der Implementierung erhalten.

Kundennutzen und Mitgliederzufriedenheit: Im Vordergrund steht zudem der Nutzen für die Kund*innen und Mitglieder - entsprechend der Satzung des GCB und dessen Auftrag, den Tagungs- und Kongressstandort Deutschland zu vermarkten. Die Strategie soll die Zufriedenheit der Mitglieder steigern und dazu führen, dass verstärkt GCB-Leistungen in Anspruch genommen werden.

Innovationskraft und neue Geschäftsmodelle: Die KI-Strategie soll die Innovationskraft des GCB steigern und zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und Einnahmequellen beitragen.

Nachhaltigkeit und Vorreiterrolle: Die Strategie soll zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele beitragen und den Ausbau der Vorreiterrolle des GCB in Bezug auf KI unterstützen.

Chancen erkennen und Potenziale ausschöpfen: Es soll eine Definition zur Nutzung von KI-Tools im GCB geben, die Chancen und Verbesserungspotenziale erkennt und abteilungsübergreifend nutzbar macht.

Flexibilität und Einheitlichkeit: Die Strategie soll flexibel genug sein, um auf neue, möglicherweise wichtige KI-Anwendungen reagieren zu können, und gleichzeitig ein einheitliches Handling für alle Arbeitsbereiche im GCB bieten.

Sinnhaftigkeit und Nutzen: Unsere KI-Strategie soll einen echten Mehrwert bieten, sinnvoll sein und sich auf die spezifischen Bedürfnisse des GCB beziehen. Sie soll nicht nur als Selbstzweck existieren.

Transparenz und Vertrauen

Im Rahmen der KI-Strategie legt das GCB besonderen Wert auf einen vertrauensvollen und transparenten Umgang mit Daten und Informationen. Die schnelle technologische Entwicklung erfordert eine agile Strategie, bei der das Kosten-Nutzen-Verhältnis stets im Blick bleibt. KI wird im GCB als Team-Effort mit gemeinsamen Standards, einem hohen Maß an Peer-Learning und Freiräumen für Experimente betrachtet. Der Wissenstransfer im Team soll verbessert und die Grenzen von KI erkannt werden. Für die Weiterentwicklung der Kompetenzen im Team werden regelmäßig externe KI-Expert*innen einbezogen. Vor allem geht es uns darum, auch in der Nutzung von KI-Technologien Authentizität zu bewahren und das "Menschliche" in Begegnungen in den Vordergrund zu stellen.



ANWENDUNGS- UND HANDLUNGSFELDER FÜR KI IM GCB

Während des Workshops im GCB-Strategiemeeting 2024 wurden mehrere zentrale Handlungsfelder identifiziert, die für die erfolgreiche Integration von KI im GCB entscheidend sind:



CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Was sind die Chancen der Nutzung von KI für das GCB?

1. Zeitersparnis und Effizienzsteigerung

- > Implementierung von KI kann zeitaufwändige Aufgaben automatisieren und so den manuellen Arbeitsaufwand im Team erheblich reduzieren. Dies führt zu einer Effizienzsteigerung und schafft Freiräume für strategische und kreative Aufgaben.

2. Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit

- > KI fördert Transparenz und Koordination zwischen verschiedenen Abteilungen. Durch optimierte Kommunikationsprozesse wird eine bessere interne Zusammenarbeit ermöglicht, was die Effizienz und Effektivität der Arbeitsprozesse steigert.

3. Optimierung der Veranstaltungsprozesse und Akquise

- > KI kann den Planungs- und Organisationsprozess von Events verbessern, insbesondere bei der Teilnehmerakquise. Dies erhöht die Effizienz und Erfolgsquote von Veranstaltungen, indem Ressourcen gespart und potenziell zusätzliche Einnahmen generiert werden.

4. Entwicklung neuer Geschäftsmodelle

- > Mit Unterstützung durch Künstliche Intelligenz und Nutzung umfangreicher Datenquellen (auch Open Data-Ansätze) können neue innovative Geschäftsmodelle entwickelt werden. Diese neuen Modelle könnten die Wettbewerbsfähigkeit des GCB weiter stärken und neue Marktchancen eröffnen.

5. Personalisierte Customer Journeys

- > KI ermöglicht es, personalisierte Erlebnisse für Kund*innen und Teilnehmer*innen zu schaffen. Diese individuellen Journeys steigern die Kundenbindung und können dem GCB helfen, sich in einem dynamischen Wettbewerb zu behaupten.

6. Ethische Standards und Vorbildfunktion

- > Der verantwortungsbewusste Einsatz von KI bietet dem GCB die Möglichkeit, seine Vorbildfunktion in der Branche zu stärken, indem es hohe ethische Standards wahrt und gleichzeitig intensiv den technologischen Fortschritt fördert.

Was sind mögliche Herausforderungen der Nutzung von KI für das GCB?

1. Datenschutz und ethische Bedenken

- > Der Einsatz von KI bringt erhebliche Herausforderungen im Bereich Datenschutz und Privatsphäre mit sich. Klare Regeln und Standards sind notwendig, um das Vertrauen der Stakeholder zu gewinnen und rechtliche Risiken zu minimieren.

2. Qualitäts- und Kompetenzverlust

- > Ein übermäßiges Vertrauen in KI-Systeme kann zu einem Verlust menschlicher Kompetenz führen. Es ist wichtig, die von KI gelieferten Ergebnisse stets kritisch zu hinterfragen, um die Qualität zu sichern und menschliche Expertise zu fördern.

3. Unübersichtlicher Markt und Ressourcenaufwand

- > Die Vielzahl an verfügbaren KI-Tools kann überwältigend sein und erfordert einen gezielten Fokus. Ohne eine klare Strategie zu Anwendungsbereichen und Tools könnten Zeit und Kosten ineffizient eingesetzt werden.

4. Rechtliche Herausforderungen

- > Die Einhaltung datenschutzrechtlicher Vorgaben und ethischer Standards ist auch essentiell, um rechtliche Konflikte zu vermeiden. Es muss sichergestellt werden, dass alle rechtlichen Rahmenbedingungen eingehalten werden.

5. Akzeptanz und menschlicher Aspekt

- > Der menschliche Aspekt darf bei der KI-Integration nicht verloren gehen. Es ist wichtig, das gesamte Team in den Prozess einzubeziehen und sicherzustellen, dass KI-Lösungen nicht zur Mehrbelastung führen, sondern sinnvoll in den Arbeitsalltag integriert werden.

6. Überforderung durch Technologie

- > Die Einführung neuer KI-Tools kann für Mitarbeiter*innen überwältigend sein. Es besteht das Risiko einer Überforderung und daraus erwachsendem Widerstand gegen die Nutzung von KI.

7. Wissensmanagement und Umsetzung

- > Die Integration von KI in Wissensmanagement-Systeme stellt die Herausforderung dar, wie Wissen in KI-Systeme einfließt und daraus effizient zurückgewonnen werden kann. Eine klare Fokussierung der KI-Strategie ist notwendig, um sicherzustellen, dass die Ziele umsetzbar sind und die Effektivität der Strategie nicht durch zu viele parallele Projekte gemindert wird.

vs.

AUSGANGSLAGE UND BISHERIGE AKTIVITÄTEN

Die Integration von Künstlicher Intelligenz in das Arbeitsleben, wie auch die Identifikation von Chancen und Möglichkeiten, mit KI neue Akzente in der Veranstaltungsbranche zu setzen, liegen spätestens seit dem Beginn des Jahres 2023 fest im strategischen Fokus des GCB. Im Folgenden eine Übersicht der bisher umgesetzten Aktivitäten:

Workshop: KI-Basiswissen im Team (September 2023)

In einem Workshop mit Prof. Dr. Johannes Schildgen (OTH Regensburg) wurden im Team die Grundlagen zum Thema Künstliche Intelligenz behandelt - von den technischen Funktionsweisen von LLMs (Large Language Models) über die meistgenutzten Tools bis hin zu angewandten Use-Cases und Beispielen. Im Vordergrund stand dabei auch das Wissen über Stärken und Schwächen von Tools wie ChatGPT sowie die Anwendung und das Üben im Erstellen von effektiven Prompts.

Teaminterne Arbeitsgruppen zur Nutzung von KI-Tools (Oktober - Dezember 2023)

Basierend auf dem KI-Workshop formten sich im Herbst 2023 Arbeitsgruppen aus dem GCB-Team, um via Peer-Learning die bestehenden Kenntnisse zu KI-Tools zu vertiefen und im gesamten Team zu verbreiten. Als Resultat wurden im letzten Teammeeting des Jahres 2023 jeweils eine Tool-Sammlung für KI-Anwendungen in den Bereichen "Übersetzung und E-Mailing", "Eventdesign" und "Bildgeneration" vorgestellt. Mit der teaminternen Initiative sollte sichergestellt werden, dass den Mitarbeiter*innen die jeweils wichtigsten Anwendungen geläufig sind.

Teamweite Umfrage zu KI im GCB: Kompetenzen, Prioritäten und Potentiale (Juni 2024)

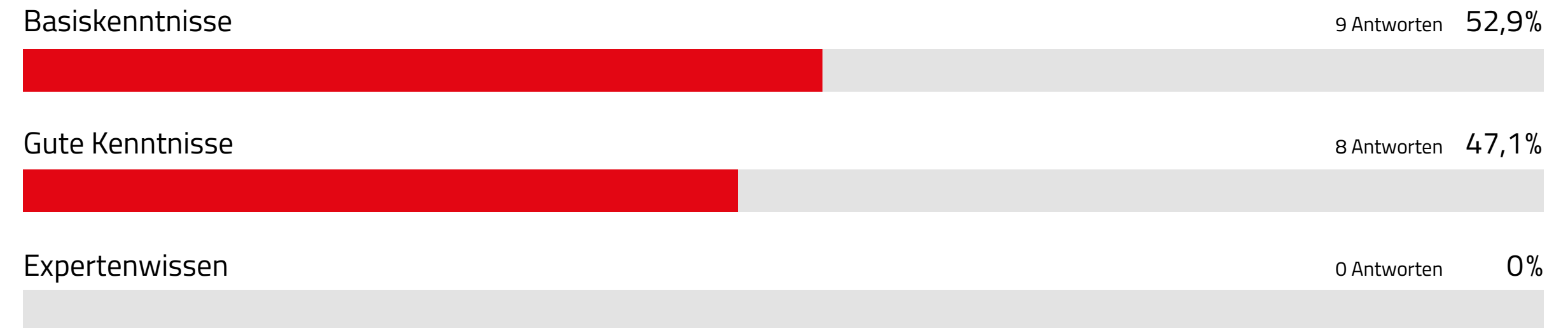
In Vorbereitung auf den zentralen Workshop im GCB-Strategiemeeting, bei dem die Mitarbeiter*innen des GCB die Grundlagen für die vorliegende KI-Strategie erarbeiteten, wurde mit dem gesamten Team eine Umfrage durchgeführt. Ziel war die Feststellung des bestehenden Wissensstands und bisheriger Erfahrungen mit KI im Arbeitsumfeld, aber auch die Erfassung von Hürden in der Nutzung von KI-Tools. Um sicherzustellen, dass zukünftige Trainings und Initiativen dem Team optimal zugutekommen, wurden auch die benötigten Fähigkeiten, Skills sowie die wichtigsten Entwicklungsfelder aus Sicht der Mitarbeiter *innen abgefragt. Einige zentrale Ergebnisse sind in den folgenden Grafiken illustriert.



Team-Befragung im Juni 2024

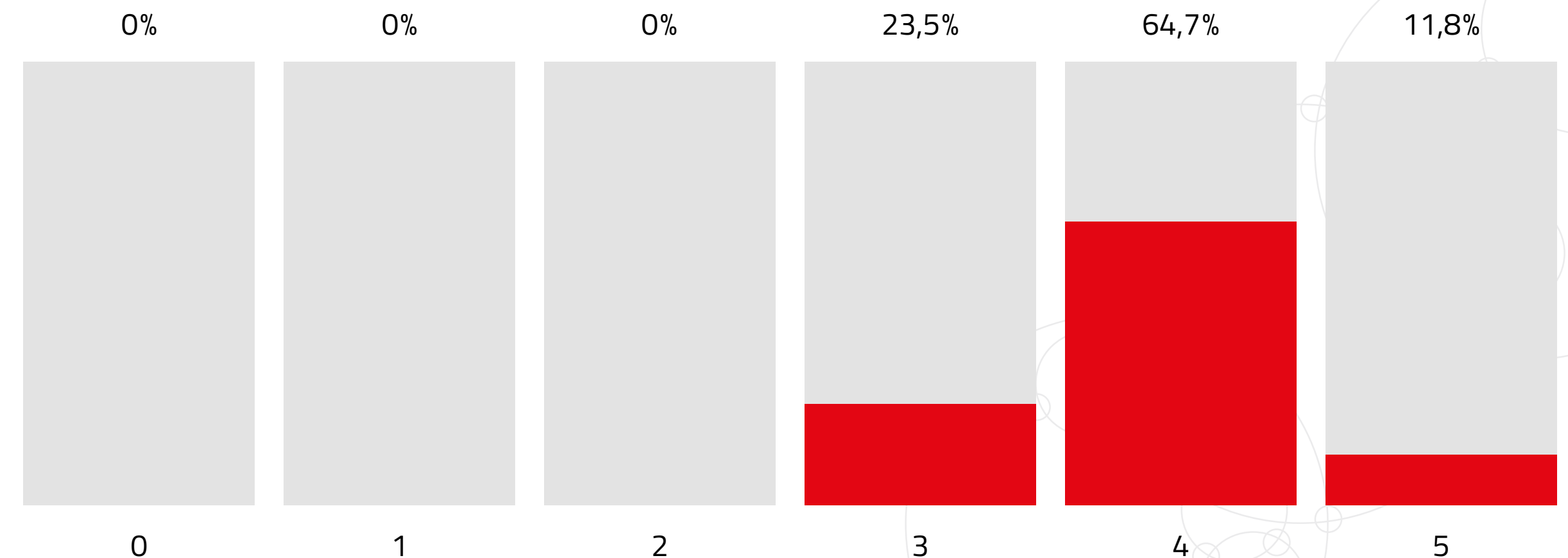
WO WIR STEHEN

Umfrage im Team: Wie würdest du dein aktuelles Wissen zum Thema KI einschätzen?



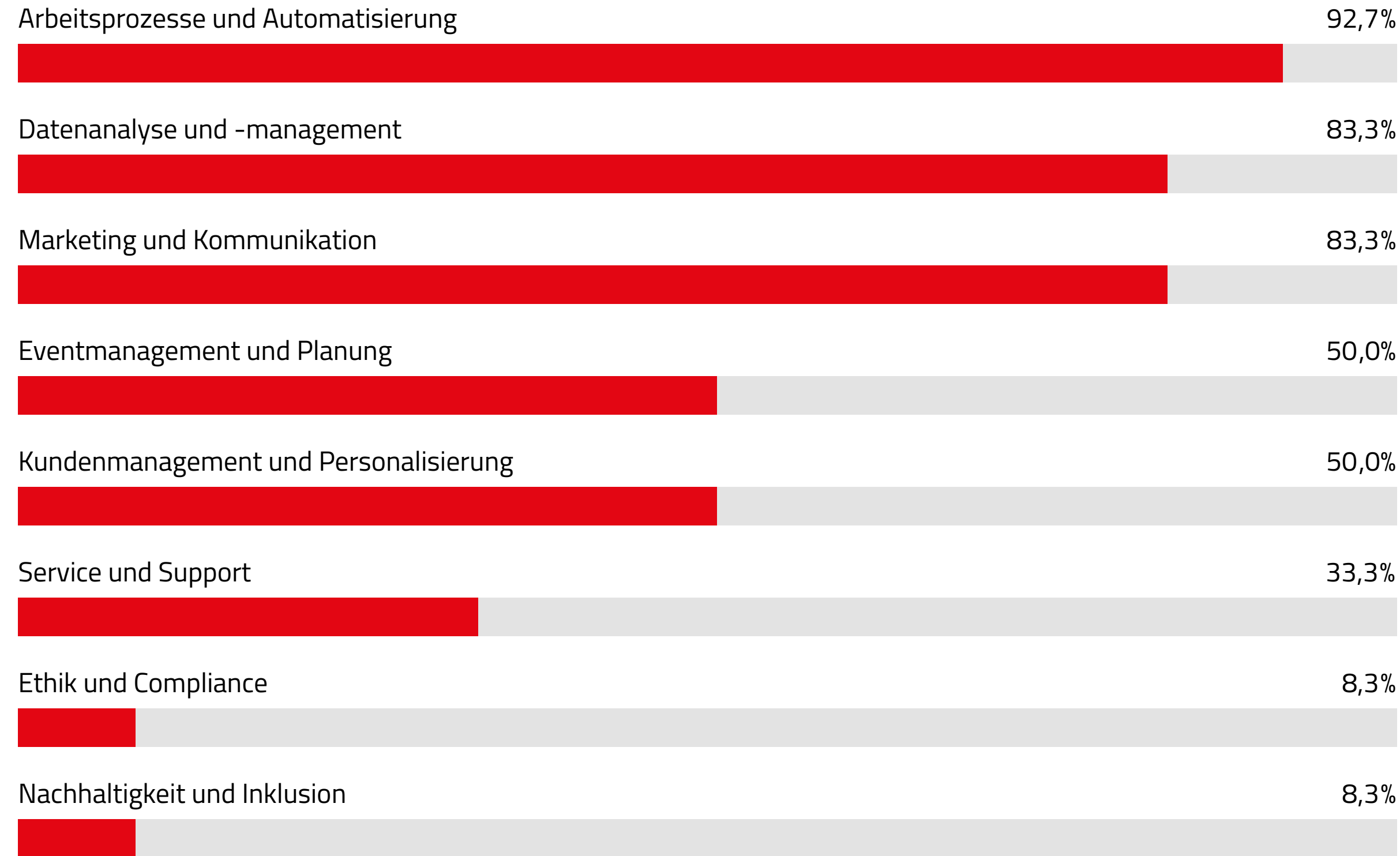
UNSERE ENTWICKLUNG

Wie hoch schätzt du den Weiterbildungsbedarf im Team für eine erfolgreiche Integration KI ein?



HANDLUNGSFELDER

In welchen Bereichen siehst du für das GCB in Zukunft die größten Chancen durch KI?



Workshop zur KI-Strategie des GCB German Convention Bureau (Juni 2024)

Im Rahmen des jährlichen Strategieretreats des GCB im Juni 2024 erarbeitete das Team die Grundlagen des vorliegenden Strategiepapiers sowie die relevantesten Entwicklungsschritte und Initiativen, die in der Form einer Umsetzungsplanung mit kurz-, mittel- und langfristigen Zielen und Maßnahmen ausgearbeitet wurde. Der Austausch zu diesen Themen fand in Kleingruppen und im gesamten Team statt. Der Fokus des Workshops lag auf Ko-Kreation und Teamwork – und einem besonderen Fokus auf das "Wie?":

- Gemeinsam den Wandel meistern: Wie schaffen wir es, in der Einführung von KI als gesamtes Team an einem Strang zu ziehen?
- Wie erreichen wir die Einbindung von KI, in der unsere Werte (Stichwort "Mensch im Fokus") berücksichtigt – und gleichzeitig das volle Potential von Technologie genutzt werden?
- Wie stellen wir sicher, dass wir unsere Fähigkeiten mit KI im Sinne von "Augmented Intelligence" stärken?

ebx.lab 2023: Künstliche Intelligenz und die Zukunft von Business Events (September 2023)

Im initialen ebx.lab – umgesetzt in Kooperation mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO – erarbeitete eine vom GCB kuratierte Gruppe von Entscheidungsträger*innen und Vordenker*innen aus den Bereichen Event, Marketing und Kommunikation von führenden Unternehmen, Verbänden und anderen Organisationen Visionen und Ansätze für die Zukunft von Business Events, aufbauend auf neuen Lösungen der Künstlichen Intelligenz. Fachlich unterstützt wurde die Gruppe dabei neben dem Fraunhofer IAO auch von weiteren KI-Expert*innen. Am Ende der Reihe von Digital- und Präsenzevents stand ein gemeinsam veröffentlichtes – und in der deutschsprachigen Eventlandschaft weithin rezipiertes – > [Whitepaper](#).

ebx.lab 2024: Reality Check: Wie fit sind wir für die tiefgreifenden Transformationen, die der Welt von Events, Brands und Experiences bevorstehen? (September 2024)

Im Zentrum des zweiten ebx.lab standen 2024 drei Transformationsfelder, die die Eventbranche in Zukunft verstärkt prägen und herausfordern werden: Nachhaltigkeit, Digitalisierung und der Generationenwandel in der Arbeitswelt. Künstliche Intelligenz fand sich als technologischer Transformationstreiber in allen Gesprächen wieder. Insbesondere im Themenfeld Digitalisierung wurden von den Arbeitsgruppen neue, innovative Modelle für Organisationen erarbeitet, welche vollständig digitalisiert, daten-getrieben und durch KI augmentiert werden. Die Ergebnisse des ebx.lab 2024 werden Anfang des Jahres 2025 veröffentlicht.



ROADMAP: KI IM ÖKOSYSTEM DES GCB

Die strukturierte Umsetzung der vorliegenden KI-Strategie fußt auf dem intensiven Dialog mit internen und externen Stakeholdern des GCB sowie mit Expert*innen aus anderen Feldern. Wissen zu bündeln, Best Practices zu teilen und möglichst vielfältige Perspektiven einzubeziehen sind unverzichtbare Elemente, um KI auch künftig zur erfolgreichen Weiterentwicklung des gesamten Tagungs- und Kongressstandorts Deutschland einzusetzen. Die folgenden Ziele und Maßnahmen bilden dabei die Grundlage einer Roadmap für die kommenden Jahre.

Intern: GCB-Team

Im gemeinsamen Strategie-Workshop im Sommer 2024 sowie im regelmäßigen Austausch im Rahmen des monatlichen Teammeetings haben die Mitarbeiter*innen gemeinsam Ziele und konkrete Maßnahmen definiert. Diese orientieren sich an den oben beschriebenen Handlungsfeldern und enthalten jeweils kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen. Im Sinne der Erkenntnis, dass nicht alle Prozesse gleichzeitig angestoßen werden können, tauscht sich das Team regelmäßig über Schwerpunktsetzungen und Fortschritte in den einzelnen Bereichen aus und identifiziert Prioritäten.

1. Arbeitsprozesse und Automatisierung

Ziel: Effizienzsteigerung und Zeitersparnis durch Automatisierung von Routineaufgaben.

2. Datenanalyse und -management

Ziel: Verbesserung der Datenqualität und -nutzung – insbesondere der im CRM-Tool erfassten Daten zu Kund*innen und Partnern – durch KI-gestützte Analyse und Management.

3. Marketing und Kommunikation

Ziel: Personalisierte und zielgerichtete Marketingkampagnen durch KI-gestützte Kommunikation.

4. Eventmanagement und -planung

Ziel: Effiziente Planung und Durchführung von Veranstaltungen – sowohl on-site als auch online – durch den Einsatz von KI.

5. Kundenmanagement und Personalisierung

Ziel: Verbesserung der Kundenbindung und -zufriedenheit durch personalisierte Interaktionen.

Externe Stakeholder

Das GCB strebt den aktiven und kontinuierlichen Austausch mit allen relevanten Akteuren seines Ökosystems an, um neue Impulse zu gewinnen und Maßnahmen im Bereich KI zu reflektieren. Dies impliziert auch die Entwicklung neuer, KI-basierter Geschäftsmodelle für das GCB bzw. den Tagungs- und Kongressstandort Deutschland insgesamt. Zu den Stakeholdern gehören in diesem Fall insbesondere:

- > Gremien des GCB mit Vertreter*innen aus den einzelnen Sparten der Mitgliedschaft
- > Expert*innen aus Forschungsinstitutionen und wissenschaftlichen Fachgesellschaften
- > Branchenübergreifende Kooperationspartner
- > Internationale Partnerorganisationen und Initiativen
- > ... und viele weitere.



ANSPRECHPARTNER*INNEN UND KONTAKTE

Haben Sie Fragen zur Arbeit mit Künstlicher Intelligenz im GCB German Convention Bureau?
Sprechen Sie uns gerne an:



Ihre Ansprechpartnerinnen

Ursula Winterbauer
Director of Marketing & Strategy
Telefon +49 69 242 930 12
E-Mail winterbauer@gcb.de



Dr. Martina Neunecker
Director of Communications & Strategy
Telefon +49 69 242 930 25
Telefon neunecker@gcb.de

GCB

Meetings made in Germany
● ● ● German Convention Bureau

GCB German Convention Bureau e. V.

c/o WeWork
Taunusanlage 8
60329 Frankfurt am Main
Deutschland

Telefon +49 69 24 29 30 0
Web gcb.de
E-Mail info@gcb.de

LinkedIn [linkedin.com/company/german-convention-bureau](https://www.linkedin.com/company/german-convention-bureau)
Instagram [instagram.com/germany_meetings](https://www.instagram.com/germany_meetings)

