

NEWS

Screenvolution "Living Canvas"

Die neue KI-Ära macht aus Agenten die wichtigsten Partner

20. April 2026, Tobias Engl



Die Richtung ist eindeutig. Laut dem aktuellen Branchenbericht zum Stand des Digital Signage ist die KI-Adoptionsrate binnen zwei Jahren von rund 12 auf etwa 41 Prozent gestiegen, kein Schritt-für-Schritt-Wandel mehr, sondern ein Sprung. ScreenWay sieht ihn auf drei Ebenen. Auf der ersten erledigt die KI den Papierkram: Scheduling und Reporting laufen automatisch, solange der Mensch die Regeln vorgibt. Auf der zweiten zieht echte Kontext-Intelligenz ein - die Bildschirme erkennen Wetter oder Publikum und passen Inhalte an. Die eigentliche Revolution aber ist die dritte Ebene, die Agentic AI. Hier wird der Screen zum autonomen Agenten, der über Systemgrenzen hinweg mit Datenbanken, Warenwirtschaft und Gebäudetechnik kommuniziert. Der Mensch definiert nur noch das Ziel; den Weg wählt die KI selbst.

Wie konkret das wirkt, zeigt das Ende des „leeren Bildschirms“. Moderne KI-Suiten erzeugen komplexe Multi-Zonen-Layouts per Sprachbefehl. Wer ein Foto des gewünschten Designs hochlädt, bekommt es Sekunden später als funktionierendes Template. Tippt das Küchenteam eines Hotels morgens die neuen Gerichte ein, baut die KI daraus ohne Umweg über die Grafikabteilung ein fertiges Menüboard - abgestimmt auf Tageszeit, Auslastung und Corporate

Design. Dabei hat die KI gewissermaßen Augen: über kamera- oder sensorbasierte, anonymisierte und damit DSGVO-konforme Analysen versteht das System sein Publikum in Echtzeit, wechselt die Sprache bei internationalen Gästen oder vergrößert die Schrift für eine ältere Reisegruppe.

Besonders lebendig wird es bei KI-Avataren. Was lange nach Science-Fiction klang, ist 2026 Teil des Service-Mix. Ob als interaktive Stele am Empfang oder als Berater im Shop. Avatare führen echte Gespräche, reagieren empathisch und beherrschen über hundert Sprachen fließend. Gartner prognostiziert, dass agentenbasierte KI bis 2029 rund 80 Prozent der gängigen Service-Anfragen autonom löst. Wirtschaftlich ist das ein Gewinn. Der Avatar übernimmt rund um die Uhr den First-Level-Support und hält dem Team den Rücken frei für die wirklich komplexen Fälle.

Die Krönung ist der Agent, der selbst die Initiative ergreift. Dank Standards wie dem Model Context Protocol (MCP) wirkt die KI wie ein „USB-Port für Intelligenz“ und dockt nahtlos an Enterprise-Systeme wie ServiceNow oder Salesforce an. Ein Agent, der das Hotel-Management-System ausliest, weiß sofort, wenn ein VIP eincheckt und passt das Begrüßungsbild auf allen relevanten Screens an. Er erkennt Hardware-Probleme, bevor ein Display dunkel wird und erstellt selbstständig ein Wartungsticket. Die nächste Welle, Emotionserkennung für unruhige Warteschlangen, 3D-Displays, zwischen Agenten verhandelnde A2A-Systeme, zeichnet sich bereits ab.

Für ScreenWay-Kunden bedeutet das vor allem eines: Digital Signage ist kein statisches Kommunikationswerkzeug mehr, sondern ein aktiver, mitdenkender Teilnehmer am Unternehmenserfolg. Der Screen sieht, denkt und handelt - er entlastet das Personal, steigert den Umsatz durch punktgenaue Personalisierung und liefert messbare Kennzahlen für jeden Pixel. Die Frage im Jahr 2026 ist nicht mehr, ob man KI integriert, sondern wer heute die Infrastruktur baut, um morgen nicht abgehängt zu werden. ScreenWay begleitet diesen Weg von der ersten smarten Vorlage bis zum vollständig autonomen, interaktiven Screen-Netzwerk. Die Zukunft funkt bereits heute; man muss nur hinschauen.

QUELLEN Gartner (Pressemitteilung, März 2025): agentenbasierte KI löst bis 2029 ca. 80 % der gängigen Kundenservice-Anfragen autonom (-30 % Betriebskosten) · Model Context Protocol (MCP), Agent-to-Agent (A2A) · Adoptionsrate, Anbieter- und Produktangaben: Branchenbericht zum Digital Signage / ScreenWay-interne Einordnung.