



## PRESSEMITTEILUNG

### **Künstliche Intelligenz im Tourismus – ein „schlafender Riese“?**

*Zukunftsmusik: menschenähnliche Roboter – Unter KI versteht jeder etwas anderes – „Schwache KI“ weit verbreitet – Strukturierte Daten sind wichtig – User sind bereit, ihre Daten zu teilen – Personalisierung steigert Kundenzufriedenheit – Vernetzung ist das Zauberwort*

Frankfurt, 9. März 2022 – Gleich zum Auftakt des e-Networkings, das der Travel Industry Club dem Thema Künstliche Intelligenz (KI) gewidmet hatte, brachte es Nicole Göbel bei der Begrüßung der Teilnehmer auf den Punkt: Jeder hat mit der KI seine Berührungspunkte, aber es gibt große Unterschiede, was darunter verstanden wird. Die IT-Chefin der Deutschen Bahn und Vizepräsidentin des Travel Industry Clubs lieferte auch gleich eine Definition, unter der sich viele der unterschiedlichen Ansichten und Erfahrungen wiederfinden lassen: Künstliche Intelligenz ist eine Sammlung verschiedener Technologien, die Maschinen dazu befähigt, mit menschenähnlicher Intelligenz zu verstehen, zu lernen und zu handeln.

Um die Einsatzmöglichkeiten im Tourismus zu vertiefen, stellten vier Experten in Impulsvorträgen tiefere Einblicke und aktuelle Praxisbeispiele vor. Zunächst nannte Michael Frischkorn, Chief Technology Officer (CTO) bei PiNCamp, dem Campingportal vom ADAC, KI einen „schlafenden Riesen“, denn „KI im Tourismus steht erst am Anfang“. Am Beispiel „Eifel barrierefrei erleben“ zeigte Dr. Heike Döll-König, seit über einem Jahrzehnt Geschäftsführerin des Tourismus NRW e.V., auf, wie gut sich KI zur touristischen Produktgestaltung einsetzen lässt. Größte Herausforderung sei es dabei, „in Kategorien von Daten und der Customer Journey zu denken“. Moderator Prof. Armin Brysch von der Hochschule Kempten und Vizepräsident des Travel Industry Clubs hielt als Zwischenfazit der ersten Diskussionsrunde fest: „Daten sind heute eine unverzichtbare Grundlage für Leistungsträger und Destinationen auf dem Weg zu einem Daten getriebenen Tourismus“

Den Stellenwert der Personalisierung von Angeboten und Erlebnissen mittels KI-basierter Lösungen erklärte Helge Moser, Marketingdirektor von bd4travel. „Die meisten User sind bereit, ihre Daten zu teilen“, weiß Moser aus Erfahrung, „doch die Verarbeitung seitens der Tourismusanbieter muss noch viel stärker automatisiert geschehen.“ Das Unternehmen liefert



**TRAVEL INDUSTRY CLUB**  
The Open Minds Network.

## PRESSEMITTEILUNG

dazu Personalisierungs-Module an international agierende Reiseunternehmen. Beim Einpflegen der Daten könne Künstliche Intelligenz dem Menschen große Unterstützung leisten, betonte auch Thomas Reiter, Co-Founder des All-in-one-Buchungsportals Staymate, eines Start-Ups in Österreich. Mit KI-Verständnis ließen sich aus unstrukturierten Daten strukturierte Datensätze machen. Er sehe im Tourismus eine grundsätzliche Bereitschaft, Daten zu teilen und verstärkt KI-basierte Lösungen einzusetzen.

KI liefert im Tourismus bereits jetzt Mehrwerte bei der Prozessoptimierung durch Maschine Learning, im Kundenservice via Chatbots oder durch Recommender Engines im Reisevertrieb. Dennoch wurde für die Zukunft „Mut und Offenheit“ zusammenfassend von allen Beteiligten gefordert und „mehr Teamworking und Kollaboration“, um die vollen Potenziale von KI zu nutzen. „Echtzeit-Lösungen auf Knopfdruck für individuelle Kundenangebote durch den Einsatz von KI im Tourismus“, bilanzierte Brysch in einem positiven Ausblick.

*Der 2005 gegründete Travel Industry Club TIC ist der Wirtschaftsclub der Geschäfts- und Privatreiseindustrie, im dem sich Macher, Bewegter und Nachwuchsführungskräfte treffen. Es werden komplexe Zukunftsthemen erörtert und Ideen entwickelt – und das auch mit dem Blick über den touristischen Tellerrand hinaus. Mit seiner Arbeit rückt der TIC auch die wirtschaftliche Bedeutung der Reiseindustrie stärker ins Licht der Öffentlichkeit. Er bringt mit dem Young TIC den Nachwuchs mit den führenden Akteuren der Branche zusammen. Rund 550 Mitglieder profitieren von Veranstaltungen verschiedener Formate sowie von touristischer Trendforschung und haben die Möglichkeit Teil des Think Tank der Reiseindustrie zu werden. Das 9-köpfige Präsidium - bestehend aus Unternehmenslenkern, Beratern und Professoren - arbeitet ehrenamtlich im Sinne der Tourismus-Förderung.*

*Ihr Kontakt für Rückfragen:*

*Dirk Bremer, Präsident, Travel Industry Club*

*Dirk.Bremer@travelindustryclub.de; Tel: +49 69 9511 997 – 14*

Travel Industry Club e. V.  
Friedensstr. 9  
60311 Frankfurt am Main  
Vorstand:  
Dirk Bremer (Präsident), Dr. Peter Agel (Vizepräsident)

Fon +49 (0)69 9 51 19 97-0  
Fax +49 (0)69 9 51 19 97-11  
mail@travelindustryclub.de  
www.travelindustryclub.de

Hauptstadtbüro Berlin  
Klaus Gengenbach  
Dunckerstr. 7  
10437 Berlin  
Tel.: +49 (0)176 23641161

Amtsgericht  
Frankfurt am Main  
VR 133 59  
USt-IdNr. DE 247608439

Frankfurter Sparkasse  
Gläubiger-ID: DE83ZZZ00000937338  
IBAN: DE19 5005 0201 0200 2083 81  
SWIFT-BIC CODE: HELADEF1822