



## „Wir erleben gerade eine Zeitenwende“

**Chat GPT** ist derzeit das große Thema – auch in der Touristik. Neben Risiken bietet der Chatbot laut Alexander Mirschel vor allem aber Chancen. Der Digitalexperte rät Unternehmen, sich mit Künstlicher Intelligenz schnellstmöglich auseinanderzusetzen, um wettbewerbsfähig zu bleiben, und fordert Mut und Offenheit. | von **we Fester**

### Alexander Mirschel

Ist als Digitalexperte und Berater bei Realizing Progress seit vielen Jahren im Bereich Digitalisierung im Tourismus aktiv, sowohl für Reisebüros und Reiseveranstalter als auch in den Tourismusregionen und Ministerien. Vor kurzem sprach er als Sachverständiger im Tourismusausschuss des Bundesrates über die Chancen von Künstlicher Intelligenz für die Branche.

#### Herz Mirschel, warum spricht eigentlich jeder in der Touristik von Chat GPT?

Chat GPT hat das Thema Künstliche Intelligenz quasi über Nacht in die gesellschaftliche Mitte gerückt und große mediale Aufmerksamkeit erzeugt. Dieser Chatbot hat KI greifbar und verständlich gemacht. Er ist derzeit in der Basisversion noch kostenlos und kann auch von Laien einfach angewandt werden. Glückwunsch an Chat GPT: nur ein Anfang.

#### Inwiefern?

Wir erleben gerade eine Zeitenwende und einen Wettlauf verschiedener Tech-Giganten. Chat GPT wurde von US-Unternehmen Open AI entwickelt, mittlerweile hat Microsoft schwer investiert. Die Entwicklungen überschlagen sich. KI ist definitiv gekommen, um zu bleiben.

#### Das heißt genau?

Ich bin überzeugt, dass der Einsatz von KI in den nächsten drei bis fünf Jahren in nahezu allen Bereichen unseres täglichen Lebens zu einer Selbstverständlichkeit wird. Es wird kaum Produkte und Anbieter geben, die zukünftig ohne den Einsatz Künstlicher Intelligenz überhaupt wettbewerbsfähig sein können.

#### Was bedeutet das für die Touristik?

KI bietet meiner Ansicht nach vor allem Chancen für die Branche, zum Beispiel im Hinblick auf den Fachkräftemangel. Die Arbeitsbelastung aktuell ist riesig, KI könnte unterstützbar und ohne Einbußenzeit bei wiederholenden, administrativen und einfachen Tätigkeiten unterstützen. Ich sehe zudem enormes Potenzial, die Bedarfsanalyse und das Zusammenstellen von Angeboten zu verbessern. Und auch die vom Kunden wahrgenommene Servicequalität kann mittels KI erhöht werden.

#### Haben Sie konkrete Beispiele?

Experten können zum Beispiel aus Notizen zu ihrer Infotour einen Reisebericht strukturieren und ein passendes Facebook- oder Instagram-Posting kreieren lassen. Die Kommunikation wird deutlich effizienter. Ich sehe schon bald komplett individualisierte Websites und Sachergebnisse – das ist nur eine Frage von Monaten.

#### Individualisierte Websites?

Ja, eine Reisebüro-Website könnte für verschiedene Nutzer mit unterschiedlichen Interessen ganz anders aussehen. Wir steuern in eine Zeit

des vollkognitiven, adaptiven Contents und noch persönlicheren Angeboten. Die Grenze zwischen stationäre und online wird fließender. Zudem ergeben sich weitere Möglichkeiten, wenn sich KI-Anbieter für andere Datenbanken öffnen, so wie es Open AI kürzlich mit der Erweiterung von Chat GPT um externe Plugins bekannt gegeben hat.

#### Was bedeutet das?

Der Chatbot erhält Zugriff auf weitere Echtzeit-Systeme und Nischenwissen. So bindet Expedia beispielsweise das Flugbuchungssystem ein, sodass Chat GPT nicht nur Empfehlungen geben, sondern auch Verfügbarkeiten und Flugpreise darstellen kann. So können User direkt aus Chat GPT in die Buchung klicken. Heißt aber auch, ob auch große deutsche Reiseveranstalter auf diesen Zug aufpassen und was passiert, wenn ein Portal wie Check 24 seine Datenbank und Buchungssysteme anschließt.

#### Wenn man das hört, steigt die Angst, dass KI jede Menge Jobs vernichten wird.

Sicherlich werden mittelfristig einige rüderschwellige Jobs obsolet. Es liegt an der Branche, die Menschen nicht einfach zu ersetzen lassen, sondern auch Weiterbildungen zu fördern. Wenn die Touristik gute Produkte und guten Service bieten will, braucht es jeden, der mit Herzblut und Leidenschaft daran mitwirken möchte. Auf der anderen Seite werden völlig neue Berufsbilder in der Branche entstehen. Die Branche sollte sich jedoch nicht einfach zurücklehnen, sondern auf diese neuen Rahmenbedingungen vorbereiten.

#### Aus Ihrer Sicht ist KI für Reisebüros also eher eine Chance als eine Bedrohung?

Ich glaube zwar, dass vor allem der niedrigpreisige Pauschalreise Markt immer mehr zu einem automatisierten Produkt wird. Zugleich streben Menschen nach zunehmender Individualisierung, sie suchen nach authentischen Begegnungen und Resonanz. Das können Reisebüros mit smarter Unterstützung von KI verbessern und ausbauen. Dafür braucht es Mut und Offenheit.

#### Können Reisebüros dies alleine stemmen?

Es braucht Offenheit und Experimentierfreude. Vor allem die Ketten und Kooperationen sollten schauen, dass sie diese Innovationen für

den stationären Vertrieb schnellstmöglich voranbringen. Nicht die Künstliche Intelligenz an sich wird alle Geschäftsmodelle angreifen, sondern jene Akteure, die die neue Technik einfach besser zu nutzen wissen.

„Es muss verhindert werden, dass Künstliche Intelligenz unethisch, unfair oder gar kriminell genutzt wird!“

#### Aber es gibt ja durchaus auch Risiken.

Auch wenn die Qualität der Antworten von Chat GPT all das übertrifft, was wir bislang kennen, ist KI nie hundertprozentig fehlerfrei. Man muss das Geschriebene sorgfältig überprüfen. Es muss verhindert werden, dass Künstliche Intelligenz unethisch, unfair oder gar kriminell genutzt wird. Zugleich werden wir auch im Bereich der Bild- und Videoerstellung nicht mehr sagen können, was echt ist und was nicht. Für mich muss das oberste Ziel sein, dass wir im Tourismus die menschliche Komponente stets miteinbringen – wir brauchen trotz aller Technik weiterhin das positive Narrativ, den Austausch und authentische Emotionen.

#### Sie haben ein Chat-GPT-Webinar für Touristiker gegeben. Wie war die Stimmung?

Neugier und Skepsis sind gleichermaßen groß. Einige sehen natürlich zunächst die Risiken und das Negative anstatt der Chancen. Umso mehr braucht es nun Aufklärung und Wissensvermittlung, aber auch ganz praktische Anwendungen. Für Expis am Counter wäre es eine große Arbeitserleichterung, wenn Buchungssysteme endlich schlauer und moderner wären. Wenn man zum Beispiel nicht irgendeine Kette in angestaubte Masken eintragen müsste, sondern auch in der Beratungssituation intelligente Unterstützung hätte. Mich freut, dass man aus der Touristik bisher sehr wenig Konkretes zu dem Thema hört.

Aber die meisten zeigen sich doch aufgeschlossen, wie das Beispiel Toni von RTK zeigt oder der Superkollege von Adlig. Das sind sicher nennenswerte Beispiele, die einen eher eng zugeschnittenen Anwendungs-

bereich abdecken. Ich finde es gut, dass Erfahrungen gesammelt werden und Dinge getestet werden – auch was die Akzeptanz der Kunden angeht. Dennoch fehlt meiner Ansicht nach der nötige Spirit in weiten Teilen der Branche, die Digitalisierung wirklich mit aller Ernsthaftigkeit anzugehen. Die Best Practices lassen sich in Deutschland an einer Hand abzählen. Es braucht mehr Blick über den Tellerrand und mehr Impulse aus anderen Bereichen. Auch in Sachen Startup-Förderung und Innovations-Management haben wir noch jede Menge Luft nach oben!

#### Was sollen Touristikunternehmen ihrer Meinung nach jetzt tun?

Sie müssen sich unbedingt mit den neuen Möglichkeiten auch in der praktischen Umsetzung auseinandersetzen. Es ist zwar schön, ein paar Reisebüros in Sachen Arbeitserleichterung zu schauen. Doch eigentlich braucht es jetzt schnell Wissensaufbau und entsprechenden Know-how auch in den Management-Ebenen. Das ist ein Thema für eine kurze Videokonferenz. KI wird auch die Touristik in vielen Bereichen umwälzen. Dafür braucht es frühzeitig Strategien und eine klare Blickrichtung.

#### Italien hat vor kurzem Chat GPT aus Datenschutzgründen verboten. Könnte so ein Verbot auch in Deutschland kommen?

Wenn man des Wörtern des Bundesdatenschutzbeauftragten in den vergangenen Tagen lauscht, halte ich ein temporäres Verbot auch in Deutschland für durchaus möglich. Da bei uns die Datenschutzbeauftragten der Bundesländer zuständig sind, wird man derzeit einem einheitlichen Kern definieren müssen. Im Grunde zeigt die derzeitige Debatte vor allem eines: Die Politik ist der Thematik nicht voraus und hat es verstanden, frühzeitig Leitplanken und Gestaltungsregeln zu schaffen. Stattdessen versucht man nun, die Entwicklungen irgendwie einzufangen und zu reagieren.

#### Ist Chat GPT damit vom Tisch?

Selbst in Falle strengerer Auflagen oder temporärer Einschränkungen wäre KI und auch Chat GPT im Speziellen nicht vom Tisch, aber es braucht eben einheitliche Spielregeln und einen harmonisierten Rechtsrahmen. Da geht es ja auch um Vertrauen und Transparenz, wie erhebene Daten genutzt werden.

## I

### GPT – „Generative Pre-trained Transformer“

GPT steht für „Generative Pre-trained Transformer“, generierender vortrainierter Transformator. Der Chatbot generiert auf Knopfdruck einen eigenen Text. Die Software stützt sich dabei nicht auf das Internet, sondern auf ein künstliches neuronales Netzwerk. Konkret bedeutet dies, dass der Chatbot auf eine große Datenbank zurückgreift, die er vorher gelesen hat, verarbeitet die Infos und schreibt sie um.

Chat GPT wird oftmals als Bezeichnung für die komplette GPT-Technologie verwendet. Allerdings ist Chat GPT nicht der einzige intelligente Chatbot. Google beispielsweise setzt der Konkurrenz „Bard“ entgegen, Facebook-Mutter Meta die KI-Software „LLaMa“.

Konkurrenz gibt es auch aus China. Baidu, Chinas führende Softwarefirma, kündigt „Erie

Bot“ an. Und auch Tech-Giganten wie Alibaba und JD.com wollen Chatbots auf den Markt bringen.

Seit November 2022 ist Chat GPT frei zugänglich. Der Chatbot wurde vom US-Unternehmen Open AI entwickelt, an dem sich Microsoft mit zehn Millionen Dollar knapp die Hälfte der Anteile gesichert hat. Eingebunden wird die Technologie beispielsweise in die Suchmaschine Bing.