

NACHGEFRAGT

KI IM TOURISMUS – WIE GELINGT DIE SYMBIOSE ZWISCHEN MENSCH UND MASCHINE?

Seitdem Ende des vergangenen Jahres der Chatbot ChatGPT auf den Markt gekommen ist, hat die Diskussion um künstliche Intelligenz (KI) ein neues Level erreicht. Schlagartig ist deutlich geworden, dass KI keine Technologie der Zukunft mehr ist, sondern bereits einen festen Platz in der Gegenwart eingenommen hat. Dabei ist KI weitaus mehr als ein Onlinetool, das Texte zusammenfasst oder Gedichte schreibt.

Welche Chancen bietet KI Tourismusunternehmen in der Hotellerie und Gastronomie? Was ist nötig, damit Tourismusunternehmen KI bestmöglich für sich nutzen können? Und: Will der Gast das alles denn überhaupt? Darüber haben wir mit Digitalexperte Alexander Mirschel von Realizing Progress gesprochen.

Tourismusanfragen: Es gibt in der Branche derzeit kaum einen Begriff, der so häufig genannt wird wie „Künstliche Intelligenz“. Wie kommt es zu dieser Entwicklung und was ist Künstliche Intelligenz überhaupt?

Mirschel: Künstliche Intelligenz als Teilgebiet der Informatik ist zunächst einmal eine Disziplin, die gar nicht so neu ist, wie sie auf den ersten Blick scheint. Viele Bereiche der industriellen Fertigung und unserer Wirtschaft setzen seit Jahrzehnten auf KI Unterstützung. Was jedoch lange Zeit eher wie graue Theorie für Entwickler und Nerds wirkte, ist durch Tools wie Chat GPT nun in der Mitte unserer Gesellschaft angekommen. Und damit natürlich auch in der Tourismusbranche!

Tourismusanfragen: Was ist denn so neu an Chat GPT?

Mirschel: Vor allem die praktische Erlebbarkeit und Zugänglichkeit von Künstlicher Intelligenz für jedermann. Durch die simple Eingabe von Informationen lassen sich plötzlich



Alexander Mirschel aus Frankfurt am Main ist als Digitalexperte und Berater seit vielen Jahren in der Tourismusbranche aktiv. Er begleitet u.a. Ministerien, Tourismusregionen sowie Unternehmen dabei, die eigene Transformation erfolgreich zu gestalten. Ein besonderes Augenmerk seiner Arbeit liegt darin, mit innovativen Lösungen beim digitalen Wandel zu unterstützen und dabei stets den Faktor Mensch im Blick zu behalten. (Foto: Greg Snell / RP)

kinderleicht Aufgaben im beruflichen und privaten Alltag lösen. Auch wenn die Ergebnisse nicht immer perfekt sind, so haben sie doch eine beachtliche Qualität und einen unmittelbaren Mehrwert. Damit wurde Chat GPT quasi über Nacht zum Wegbereiter für KI in der Breite unserer Gesellschaft.

Tourismusanfragen: In welchen Bereichen kann Künstliche Intelligenz speziell Tourismusunternehmen wie Hotels und Gastro-Betriebe unterstützen?

Mirschel: Ich würde meine Antwort gerne zweiteilen. Mit Blick auf öffentlich zugängliche Tools wie Chat GPT lassen sich unmittelbar und ohne große Einarbeitung vor allem Textarbeiten abnehmen und unterstützen: 10 Vorschläge für einen Newsletter-Betreff zum neuen Familienangebot, ein inspirierendes Facebook-Posting über unser neues Spargel-Menü, ein Einladungsschreiben für unser Weinfest, prägnante Titel für unsere Google-Anzeigen zum Pfingst-Special – all das sind Dinge, bei denen uns Chat GPT wunderbar unterstützen kann. Und mit der Integration in die

üblichen Office Anwendungen, werden auch viele Assistenz- und Backoffice-Aufgaben entfallen.

Tourismusanfragen: Können das Menschen denn nicht besser?

Mirschel: Wir sollten dieses Thema gar nicht so sehr als Konkurrenzkampf zwischen Mensch und Maschine sehen, sondern bestenfalls als Symbiose. Der Fachkräftemangel ist ein ganz reales Problem, gerade in der Hotellerie und im Gastronomiebereich herrscht vielerorts Überlastung. Da ist doch jede nützliche Unterstützung gerade Recht. KI kann Alltagsaufgaben abnehmen, aber auch Denk- und Kreativblockaden lösen. Denn vielen Menschen fällt es leichter, einen vorliegenden Textentwurf zu verbessern, als ein weißes Blatt Papier zu füllen. Und diese eingesparte Zeit aus einer Vielzahl an Prozessen können wir dann wieder vermehrt für die „Arbeit am Gast“ einsetzen oder unserem Personal dringend benötigte Entlastung gönnen.

Tourismusanfragen: Sie erwähnten einen zweiten Teil Ihrer Antwort...

Mirschel: Genau. Und dort kommt die wahre Magie zum Vorschein, nämlich bei der Kombination von KI mit eigenen Daten und Know-How. Über API Schnittstellen lassen sich mittlerweile maßgeschneiderte Lösungen und Apps umsetzen, die dank visueller Programmiersprachen sogar ganz ohne Code auskommen können. Auf diese Weise können ohne riesige Investments eigene Tools gebaut werden, die perfekt auf die eigene Zielgruppe ausgerichtet sind und obendrein die lokale Expertise mit abbilden. Das beginnt beim automatischen Monitoring und Beantworten von Kundenfeedback über maßgeschneiderte ad-hoc Empfehlungen an Gäste vor Ort bis hin zu komplett adaptiven Webseiten.

Tourismusanfragen: Adaptive Webseiten – was heißt das genau?

Mirschel: Ich glaube, der Trend zur vollständigen Personalisierung und Individualisierung von Informationen wird durch die rasante Weiterentwicklung von KI jetzt erst so richtig zum Fliegen kommen. Die Zeiten der Marketing-Gießkanne sind längst vorbei – unsere Kundinnen und Kunden erwarten Empfehlungen, die sie genau bei ihren Bedürfnissen packen. Das Thema kann man bis hin zu adaptiven Designs und selbst-generiertem Bildcontent weiterspinnen. Jedenfalls wird sich im Außenauftritt von Tourismusunternehmen eine Menge verändern.

Tourismusanfragen: Was ist nötig, damit Tourismusunternehmen KI bestmöglich für sich nutzen können?

Mirschel: Die wesentlichen Voraussetzungen sind Offenheit und Mut. Ich empfehle allen Akteuren im Tourismus, sich mit dem Thema Künstlicher Intelligenz vernünftig auseinanderzusetzen und sich auch auf strategischer Ebene zu fragen, welchen aktuellen und zukünftigen Problemfeldern mit KI begegnet werden können. Aktuell sehe ich vor allem

Beispiele, die neben der Entlastung des bestehenden Personals und der Steigerung der Servicequalität auch Aspekte der Nachhaltigkeit angehen. Ich möchte hier wahrlich nicht die Werbetrommel rühren, mitunter kann es jedoch sinnvoll sein, sich fachliche Expertise und einen Blick von außen zu holen. Intern braucht es vor allem Kompetenzaufbau und Weiterbildung des Personals, aber auch vertrauensbildende und ehrliche Gespräche darüber, was da auf uns zurrollt. Künstliche Intelligenz ist gekommen, um zu bleiben.

Tourismusanfragen: Also „Schöne neue Welt“ - oder sehen Sie auch Risiken?

Mirschel: Die Regierungen in Europa arbeiten gerade mit Hochdruck daran, einen möglichst harmonischen, regulatorischen Rahmen für Künstliche Intelligenz zu schaffen. So positiv ich die Chancen und Möglichkeiten auch sehe, so deutlich muss man sagen: Es braucht klare Spielregeln, um einen ethischen, fairen und transparenten Umgang mit der Technologie zu gewährleisten. Das gilt auch aus sozialer Sicht. Natürlich werden mittelfristig einige Jobs redundant. Diese Menschen sollten wir aber mitnehmen, sie fördern und weiterbilden – denn auch zukünftig brauchen wir jeden im Tourismus, der mit Herzblut dabei ist. Die Mitarbeiterqualifizierung wird zum wesentlichen Schlüssel.

Tourismusanfragen: Damit sind wir beim Faktor Mensch und der Frage: Will der Gast das alles denn überhaupt?

Mirschel: Seien wir doch mal ehrlich – Gäste lieben es, wenn man ihnen die Wünsche von den Lippen abliest. Und genau das können Gastgeber*innen mittels KI zukünftig weiter ausbauen: Wir können Bedürfnisse besser verstehen und sehr viel individueller adressieren. Wir können Verhalten vorhersagen und damit die gesamte Customer Experience rund um unsere Marke deutlich erhöhen – vor, während und nach dem Besuch oder Aufenthalt. Diese Möglichkeiten müssen jedoch zwingend mit Authentizität, echten Emotionen und menschlicher Wertschätzung für den Gast kombiniert werden. Und Wertschätzung heißt auch: sich Zeit nehmen. Im Idealfall nimmt der Gast also gar nicht primär eine modernere Technik oder KI-gestützte Prozesse im Hintergrund wahr, sondern das verbesserte Erlebnis direkt vor seinen Augen. Insofern sage ich auch deutlich: Nicht Künstliche Intelligenz wird Marktanteile rauben, sondern diejenigen Unternehmen, die die neuen Möglichkeiten besser einzusetzen wissen.

KONTAKT

Alexander Mirschel
Realizing Progress
www.realizingprogress.com
Telefon 0178 6890725
E-Mail: alex@realizingprogress.com