

TOURISMUS AKTUELL 02/2023

FAKTEN, TRENDS UND NACHRICHTEN

TOURISMUS-BW.DE

AUS DEM INHALT



NEUE MARKE FÜR DEN SÜDEN

Wie sich das Urlaubsland ab 2024 ein neues Gesicht gibt ab Seite 8



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Wie KI die Karten im Tourismus völlig neu mischt

ab Seite 12



TOURISMUS UND WACHSTUM

Wie sich Erfolg auch jenseits von Übernachtungen messen lässt ab Seite 18



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ MISCHT DIE KARTEN NEU



Künstliche Intelligenz (KI) hat in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung erlebt, die in vielen Branchen völlig neue Möglichkeiten eröffnete. Das gilt nicht nur für die industrielle Fertigung, das Logistik- und Transportwesen, die Medizintechnik sowie den Finanzsektor. Auch die Tourismusbranche wird sich durch die technologische Revolution grundlegend verändern. KI-Experte Alex Mirschel von der Beratungsagentur Realizing Progress gibt in einem Gastbeitrag einen Überblick.

Mit der Veröffentlichung der kostenlosen Preview-Version von ChatGPT im November 2022 gelangte das Thema Künstliche Intelligenz quasi über Nacht in die Mitte der Gesellschaft und den Fokus der medialen Aufmerksamkeit. Laut Anbieter OpenAI registrierten sich innerhalb der ersten fünf Tage über eine Million Menschen auf der Plattform. Seither ist ein wahrer Innovationswettlauf entstanden, bei dem längst auch Tech-Giganten wie Microsoft, Google, Nvidia, Adobe und Meta mitmischen.

Ohne jeden Zweifel ist Künstliche Intelligenz gekommen, um zu bleiben, und sie befindet sich auch in der Tourismusbranche zunehmend auf dem Vormarsch. Doch was ist überhaupt gemeint, wenn Fachleute wie selbstverständlich von »generativer KI« sprechen, und

welche Anwendungsfälle sind im Tourismus tatsächlich relevant? Wie werden die neuen Technologien unsere Arbeitswelt verändern und welche Ausprägungen könnten schon bald zum »New Normal« von Reisenden werden?

Was ist eigentlich generative Künstliche Intelligenz?

Generative KI bezeichnet ein faszinierendes und schnell wachsendes Gebiet der Technologie, das fortlaufend daran arbeitet, die eigenen Grenzen der maschinellen Fähigkeiten zu verschieben. Generative KI bezieht sich auf Modelle und Algorithmen, die eigenständig in der Lage sind, neue Daten aus Mustern bestehender Trainingsdaten zu erzeugen.

Im Gegensatz zu sogenannten diskriminierenden Modellen, die vor allem Unterschiede zwischen Datenpunkten erkennen sollen (z. B. ob ein Bild eine Katze oder einen Hund zeigt), zielen generative Modelle darauf ab, Daten entsprechend einer bestimmten Verteilung zu erzeugen. Generative Modelle lernen die gemeinsame Wahrscheinlichkeitsverteilung von Eingaben und Ausgaben in den Daten (z. B. die Anordnung von Buchstaben und Wörtern in Sprachmodellen). Was auf den ersten Blick abstrakt klingt, lässt sich mittlerweile über eine Vielzahl günstiger oder gar kosmittlerweile über eine Vielzahl

mittlerweile über eine Vielzahl günstiger oder gar kostenfreier Tools ganz praktisch erleben und ausprobieren: Generative KI revolutioniert die Art und Weise, wie wir Texte, Bilder, Videos, Musik und vieles mehr

erstellen. Von Chatbots, die kompetent und freundlich Kundenanfragen beantworten, bis hin zu KI-generierten Kunstwerken, die in Galerien ausgestellt werden, sind die Anwendungen von generativer KI breit gefächert und wachsen ständig.

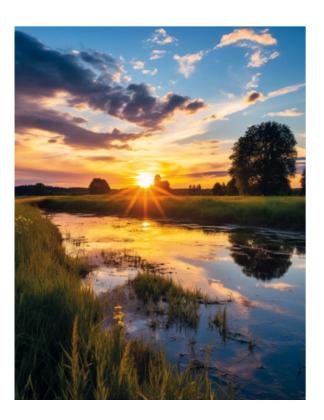
Für Laien bietet generative KI die Möglichkeit, Zugang zu kreativen und funktionalen Tools zu erhalten, die bisher nur Profis zur Verfügung standen. Ob es darum geht, einen Designentwurf für die Umgestaltung eines Hotels zu erstellen, ein individuelles Musikstück für ein Imagevideo zu komponieren oder einen Fachartikel zu schreiben – generative KI öffnet die Tür zu einer kreativen Welt der fast grenzenlosen Möglichkeiten.

Können wir KI-Inhalte überhaupt noch identifizieren?

Dabei hat generative KI in vielen Bereichen nicht nur das Potenzial, menschenähnliche Qualität zu erreichen, sie kann menschliche Fähigkeiten in einigen Aufgabengebieten und Fällen sogar deutlich übertreffen. Schon heute sind viele KI-Modelle darauf ausgelegt, den sogenannten Turing-Test zu bestehen. Dieser bereits in den 1950er-Jahren von Alan Turing entwickelte Standardtest gilt bis heute als Maßstab dafür, ob eine Maschine menschenähnliche Intelligenz aufweisen kann. Doch können wir zukünftig überhaupt noch erkennen, ob Inhalte und Informationen von Menschen oder Maschinen erstellt wurden? Die Entwicklungen sind jedenfalls gewaltig: Während wir in den letzten Jahren darüber diskutierten, welches Maß an Filtern und Retuschierungen auf Social-Media-Plattformen die Erwartungshaltung unserer Gäste verfälschen könnte, verwischen die Grenzen mittlerweile völlig.

In einem meiner kürzlich durchgeführten Webinare zum Text-to-Image-Tool Midjourney zeigte ich Kolleginnen und Kollegen aus der Touristik zwei Reihen mit jeweils sechs Fotos – eine Reihe mit echten Fotografien, eine zweite Reihe mit KI-Bildern. Fast zwei Drittel der Teilnehmenden tippten falsch und hielten die mittels KI generierte Bilderreihe für die echten Fotografien von Menschen.

Umso erstaunlicher, dass viele Anwendungen erst seit wenigen Monaten auf dem Markt sind und noch in den Kinderschuhen stecken. Diese entpuppen sich jedoch bei genauerer Betrachtung als Siebenmeilenstiefel – wir erleben momentan in allen Bereichen unserer Arbeitswelt technologischen Wandel auf Speed, der schnell auch unsere Lebensrealität im Alltag erreichen wird. Während das Streben nach menschenähnlicher Qualität technologisch faszinierend ist, bringt vor allem die Geschwindigkeit dieser Veränderungen auch ethische und praktische Herausforderungen mit sich. Umso wichti-



ger ist es, sich strategisch und operativ mit Künstlicher Intelligenz für den eigenen Betrieb oder die eigene Region auseinanderzusetzen, Kompetenzaufbau und Weiterbildung zu unterstützen.

Texterstellung mit ChatGPT & Co.: Ein Gamechanger?

Der Erfolg von ChatGPT liegt vor allem an den beeindruckenden Ergebnissen und der gelieferten Qualität. Wir alle haben sicher schon einmal Amazons Alexa oder Apples Siri eine Frage gestellt und erhalten bis heute Antworten, die niemanden in Begeisterungsstürme versetzen. Mit ChatGPT ist das anders: Die Antworten sind in der Regel pfeilschnell, wohlklingend und logisch formuliert, haben auf Wunsch sogar den Anschein von Tiefgang.

ZU DEN BILDERN IN DIESEM ARTIKEL

Alle Illustrationen zu diesem Text wurden von einer generativen Künstlichen Intelligenz erstellt. Unser Autor Alex Mirschel hat dafür das Tool Midjourney genutzt, das er aktuell für das beste KI-Werkzeug zur Bilderstellung hält.

midjourney.com



Auch wenn die KI nicht zwischen Ursache und Wirkung unterscheiden kann, kein Verständnis von Ethik und Gewissen hat sowie stets nur so gut sein kann wie die ihr zu Grunde liegenden Trainingsdaten, so bieten uns Tools wie ChatGPT dennoch einen mächtigen Werkzeugkoffer voller Möglichkeiten und Chancen. Und sie werden dank einer stetig wachsenden Datenbasis täglich besser

Allen voran in der Texterstellung können wir viele Prozesse erheblich beschleunigen und verbessern. Dabei geht es keineswegs darum, bestehendes Personal abzubauen, sondern eine effiziente und sinnstiftende Symbiose zwischen Mensch und Maschine herzustellen. Und tatsächlich kann Künstliche Intelligenz in Zeiten des Fachkräftemangels wichtige Ressourcen für andere menschliche Aufgabengebiete freimachen.

BELIEBTE KI-ANWENDUNGSFÄLLE IM BEREICH TEXTERSTELLUNG IM TOURISMUS:

- Social-Media-Postings mit passenden Emojis und Hashtags
- Ideenfindung für Artikel, Blogs, Landingpages
- Zielgruppenfokussierte Kommunikation (z.B. Datenbanktexte)
- Texte aus Stichpunkten erstellen
- Verfassen von Pressemitteilungen
- Konzeption und Entwurf von Newslettern
- Individuelle und unterhaltsame Gästekommunikation
- Verfassen von Unique Content, umschreiben von Texten, Übersetzungen

Entscheidend für zufriedenstellende Ergebnisse der KI ist dabei ein entsprechend klarer und zielführender Prompt (Eingabebefehl). Ähnliches gilt schließlich auch für die Kommunikation unter uns Menschen: Schlechte Fragen erzeugen schlechte Antworten, unklare Aufgaben produzieren oft falsche Ergebnisse. Und wenn solche Unklarheiten auftreten, sollte man in den Dialog gehen und diese ausräumen.

Übrigens: Nachdem es lange Zeit Gerüchte gab, Google würde KI-generierte Texte konsequent abstrafen, scheint auch beim Marktführer in Mountain View mittlerweile ein Umdenken stattgefunden zu haben. Solange Texte einen Mehrwert und Relevanz bieten, spielt es keine Rolle, ob diese ein Mensch oder eine Maschine erstellt hat. Das zeigt sich auch in der Praxis – gut strukturierte und inhaltlich sinnvolle KI-Texte standen von Menschen geschriebenen Werken in Sachen Sichtbarkeit und Rankings in nichts nach.

Plug-ins, Servicebots und Open Data: Ein Überblick

Längst gehen die Fähigkeiten von ChatGPT auch weit über einfache Texterstellungen hinaus. Über Plug-ins lassen sich Webseiten crawlen und analysieren, inhaltliche Befragungen zu umfangreichen PDF-Dateien durchführen oder gar Präsentationen erstellen. Und mit der erst kürzlich veröffentlichten Betaversion des neuen Code Interpreters können selbst Laien im Handumdrehen große Datenmengen auswerten, Diagramme und Reportings erzeugen sowie Auffälligkeiten erkennen.

Während KI langsam aber sicher in unsere täglichen Software-Anwendungen Einzug erhält (z.B. über Microsoft 365 Copilot in den Office-365-Programmen), drängen weitere sogenannte Large Language Models in das Scheinwerferlicht. Neben ChatGPT und Google Bard schiebt sich vor allem mit Claude 2 ein weiterer Kandidat aus dem Silicon Valley an, in Europa Fuß zu fassen. Für sie alle gilt meine Empfehlung, auch weiterhin die Ergebnisse mit Menschenverstand zu lesen, zu prüfen, zu verfeinern und den passenden Kontext herzustellen. Apropos Menschenverstand: Sind Chatbots tatsächlich dafür geeignet, um sie ungefiltert auf unsere Gäste bzw. Kundinnen loszulassen? Die ehrliche Antwort müsste lauten: Es kommt drauf an. Denn es braucht zwingend eine intelligente Verknüpfung mit eigenem Wissensbestand und eigenen Daten, um Menschen bei ihren individuellen (Informations-)Bedürfnissen zu packen und einen echten Mehrwert zu bieten. Wem das gelingt, der kann mit Chatbots durchaus ein Plus an Erreichbarkeit und Service bieten. Zum Beispiel in Form eines virtuellen Concierges oder digitalen Assistenten, wie sie zunächst für die touristische Website des österreichischen Ortes Wagrain-Kleinarl und im Juni auch für die gesamte Österreich-Werbung erschaffen wurden. Dank sehr gut dokumentierter Schnittstellen der großen KI-Anbieter sind solche Brücken meist mit vergleichsweise geringen Investments möglich. Generell ergeben sich aus den Programmierschnittstellen von OpenAI und Co. faszinierende Möglichkeiten für ganz individuelle, innovative Anwendungen. Insbesondere im Tourismus braucht es daher strukturierte und offene Daten, um die andernfalls völlig heterogene Flut an Informationen verarbeiten und zueinander in Relation setzen zu können. Während in der Vergangenheit relationale Datenbanken allenfalls isolierte Informationen strukturieren konnten, steuern wir nun in ein Zeitalter der sogenannten kontextsensitiven Repräsentation.

In diesem eröffnen sich völlig neue Potenziale, sowohl für Destinationen und Leistungsträger als auch für die Reisenden selbst. Die Integration kontextsensitiver Technologie erlaubt es zum Beispiel, personalisierte Angebote und Empfehlungen zu erstellen, indem sie die individuellen Bedürfnisse und Vorlieben in Echtzeit erfasst und analysiert. Ob es um die Auswahl einer Unterkunft, die Planung einer Radroute oder passende Einkehrmöglichkeiten geht, KI-Systeme können Bezüge zwischen Datenpunkten herstellen und den Gast über die gesamte Customer Journey hinweg begleiten.

Was taugen Bildgeneratoren wie Midjourney?

Die beachtliche Geschwindigkeit von Entwicklungen zeigt sich keineswegs nur für die Kategorie der Chatbots und Sprachmodelle, sondern gleichermaßen in nahezu allen anderen Disziplinen der generativen KI. So ist es längst keine Zukunftsmusik mehr, dass Chatbots über Avatare mit unseren eigenen Stimmen kommunizieren können und wir womöglich schon in wenigen Monaten unseren digitalen Zwilling im Einsatz haben. Man könnte aber auch kritisch fragen: Wird es



NEUES TEAM FÜR DATENMANAGEMENT

Mit einem mehrjährigen Projekt zur Förderung von Digitalisierung und Datenmanagement treibt die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) den digitalen Ausbau der Branche in den kommenden Jahren massiv voran. Im Rahmen des bis Ende 2026 befristeten Förderprojekts des Landes Baden-Württemberg werden unter anderem vier neue Stellen geschaffen, um die strategischen und technologischen Grundlagen für ein touristisches Datenmanagement auszubauen. Neben der technologischen Weiterentwicklung des Datenmanagements geht es in dem Projekt insbesondere um den Wissenstransfer in die Branche.

Das Projekt »Digitalisierung und Datenmanagement im Tourismus« wird von der TMBW in Zusammenarbeit mit der Freiburger Agentur »land in sicht« bis Ende 2026 umgesetzt. Als technische Basis dient die landesweite Datenbank »mein.toubiz«, die seit über zehn Jahren im Einsatz ist, dezentral von touristischen Partnern gepflegt wird und mehr als 150.000 Datensätze umfasst. Diese Daten werden auf verschiedenen touristischen Internetseiten sowie von Ministerien, der Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg (bwegt) und anderen Multiplikatoren ausgespielt. Die Projektleitung des fünfköpfigen Teams übernahm zum 1. Juli Susanne Bleibel, die sich bei der TMBW bereits seit Jahren intensiv mit den Themen Datenstrukturen, Digitalisierung und technologischer Wandel beschäftigt. (red)



Webseiten, wie wir sie heute kennen, in naher Zukunft überhaupt noch brauchen? Der Trend scheint jedenfalls klar – immer mehr Zero-Click-Suchen, bei denen die

REGELN FÜR KIIM ARBEITSALLTAG

Mit der Einführung von ChatGPT und anderen generativen KI-Systemen verändert sich der Arbeitsalltag grundlegend. Die TMBW sieht in den neuen KI-Anwendungen grundsätzlich mehr Chancen als Risiken und fördert ihre Nutzung innerhalb des Unternehmens. Für den internen Einsatz entsprechender KI-Anwendungen wurden daher Regeln erarbeitet, die kontinuierlich an aktuelle Entwicklungen angepasst werden. Darin ist unter anderem festgelegt, wofür Sprachmodelle eingesetzt werden dürfen und warum bei veröffentlichten Texten zunächst weiterhin von Menschen verfasste Inhalte Vorrang haben. Außerdem setzt die TMBW in ihrer Kommunikation nach wie vor auf echte, authentische Fotos und verwendet KI-generierte Bilder nur in wenigen Ausnahmefällen - etwa zur Veranschaulichung des Themas Künstliche Intelligenz wie in diesem Artikel. (red)

Das interne TMBW-Regelwerk zum Umgang mit Künstlicher Intelligenz steht im Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg auch für Dritte zum Download zur Verfügung (unter Strategie/Konzepte):

bw.tourismusnetzwerk.info

Infos auf der Ergebnisseite den Klick auf eine Drittseite überflüssig machen, immer mehr sprachgesteuerte Assistenten, immer mehr Extended Reality. Die Webseite ist nicht tot, aber wir alle sollten uns mit der Frage auseinandersetzen, wie sich unsere Digital- und Weblandschaft in den nächsten Jahren verändern könnte.

Doch konzentrieren wir uns für den Moment nochmal auf das, was bereits heute Realität geworden ist. Maschinen erschaffen Grafiken, Kunstwerke und Bilder, die binnen kürzester Zeit eine Qualität erreicht haben, die schlicht beeindruckend ist. Im Benchmarking der drei bekanntesten Tools landet übrigens Midjourney in seiner aktuellen Version 5.2 deutlich vor Stable Diffusion und Dall-E aus dem Hause OpenAI. Midjourneys Nachteil: Der Zugang über Discord-Server, also eigens aufgesetzte öffentliche Austauschplattformen, ist für Einsteiger eher umständlich, für professionelle Ansprüche ist es jedoch auch für mich derzeit die erste Wahl!

Die generierten Bilder sind für zahlreiche Anwendungsfälle in der Tourismusbranche gut zu gebrauchen, schließlich können innerhalb von rund einer Minute Stimmungen, Motive und Szenarien ganz nach unseren Wünschen kreiert werden – wenn wir denn den richtigen Prompt setzen. Schon heute begegnen uns KI-Bilder in Seitenheadern oder als Hintergründe von Social-Media-Stories, sie schmücken Imageanzeigen und Banner oder dienen als Stimmungsbilder für Reiseunterlagen und Newsletter.



Die Frage der Kennzeichnung ist dabei meist noch ungeklärt. Meine Empfehlung: Mit offenen Karten spielen und KI-Kreationen genauso kennzeichnen, wie wir es bis dato mit sonstigen Werken einschließlich Stock-Fotos getan haben. Hierzu habe ich neulich das Argument gehört: »Wir müssen unsere Kunden ja nicht darauf stoßen. « Doch ich glaube, dass genau jene Werte – nämlich Offenheit, Vertrauen und damit auch Transparenz – zukünftig gefragter sind denn je.

Fazit und Ausblick: Be part of the change!

Künstliche Intelligenz wird unsere Berufswelt und unseren Arbeitsmarkt grundlegend verändern. Einige Geschäftsmodelle und Berufsbilder werden auch in der Tourismusbranche schon bald weitreichenden Änderungen unterworfen, andere werden sich einer ehrlichen Transformation unterziehen müssen. Diese Welle der Veränderung wird nicht nur Gewinner mit sich bringen - die Karten werden neu gemischt. Doch wer sich frühzeitig mit dem Thema auseinandersetzt und die strategischen Weichen stellt, erlebt vor allem eine Welt der sich öffnenden Türen und Gestaltungsräume. Die rasante Entwicklung der KI-Technologie und ihre Einflussnahme auf unsere Gesellschaft sollte daher nicht als Bedrohung, sondern als Chance verstanden werden. Die Symbiose von Mensch und Maschine kann das Erlebnis für Gäste bereichern, ohne den menschlichen Faktor zu verlieren. Schlüssel zum Erfolg ist hierbei die Ethik und Transparenz in der Nutzung und Implementierung. Das Vertrauen unserer Gäste und Kun-

WO FINDE ICH DIE BESTEN KI-TOOLS?

Inzwischen gibt es auf dem Markt Hunderte KI-Anwendungen für unterschiedlichste Nutzungen. Hier den Überblick zu behalten, fällt immer schwerer. Orientierung gibt das Onlineportal Deltl. Dort lassen sich geeignete Tools nach unterschiedlichen Funktionen filtern, von Bildern über Präsentationen bis hin zu Text-to-Speech.

deltl.de/ai-tools/

den muss stets an oberster Stelle stehen. Künstliche Intelligenz ist in der Tourismusbranche angekommen und wird in den nächsten Jahren zu einer Selbstverständlichkeit werden. Von der Texterstellung über den Kundenservice bis hin zur personalisierten Erlebnisgestaltung – die Möglichkeiten sind nahezu grenzenlos. Dabei habe ich noch gar nicht begonnen, von weiterführenden Aspekten wie Sensorik und Robotik zu sprechen

Jedenfalls kann KI mit der richtigen Strategie und Offenheit zu einem leistungsstarken Hebel werden, von dem ganze Regionen nachhaltig profitieren können. Ich freue mich auf diese unaufhaltsame Welle des Wandels. Sie bedeutet nicht weniger Menschlichkeit, sondern mehr Zeit für das, was wir lieben. Ich bin gespannt, wie wir diese gemeinsam nutzen werden.

ZUR PERSON



Alex Mirschel ist Berater und Netzwerkpartner bei Realizing Progress. Seit mehr als 15 Jahren beschäftigt er sich mit dem digitalen Wandel in der Tourismusbranche, Innovations- und Digitalisierungsprozessen, zielgrup-

penorientierter Kommunikation sowie neuen Marketingansätzen. Er begleitet Destinationen und touristische Leistungsträger dabei, die Chancen des digitalen Zeitalters zu erkennen und die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen.

Als Experte für Künstliche Intelligenz ist er sowohl in der praxisnahen Wissensvermittlung als auch bei der Konzeption und Umsetzung konkreter KI-Projekte im Einsatz. Seine Expertise ist auch auf höchster politischer Ebene gefragt: So stand er in diesem Jahr bereits als Sachverständiger im Deutschen Bundestag über die Chancen von Künstlicher Intelligenz dem Tourismusausschuss Rede und Antwort.

realizingprogress.com/wer/alexander-mirschel/