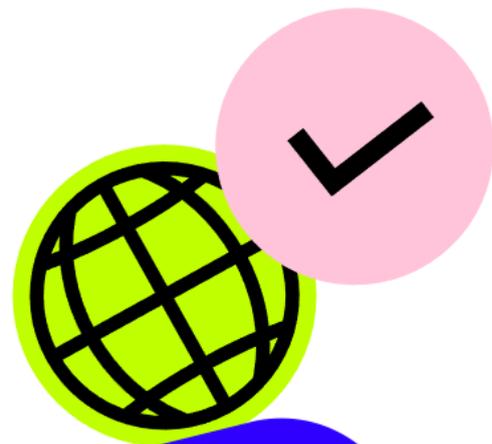


Tourismus 3.0

Wie KI und Daten unsere Branche revolutionieren



Tourismustag Köln
14.11.2023

Servus

Künstliche Intelligenz (KI) hat in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung erlebt, die in vielen Branchen völlig neue Möglichkeiten eröffnete. Beispielhaft sind hier die industrielle Fertigung, das Logistik- und Transportwesen, die Medizintechnik sowie der Finanzsektor genannt. Von der Früherkennung von Tumoren bis hin zur Optimierung von Fahrtrouten fristeten die meisten KI-Anwendungen lange Zeit eher ein Nischendasein.

Mit der Veröffentlichung der kostenlosen Preview-Version von **ChatGPT im November 2022** gelangte das Thema Künstliche Intelligenz jedoch 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 Innovationswettbewerb** entstanden, bei dem längst auch Tech-Giganten wie Microsoft, Google 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 Expertinnen und Experten 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 sog. *diskriminierenden Modellen*, die vor allem Unterschiede zwischen Datenpunkten erkennen sollen (zum Beispiel, 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.

Was auf den ersten Blick abstrakt klingt, lässt sich 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 können, 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?

Die Entwicklungen sind 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.

Im Rahmen der Präsentation zeigen wir mit dem **Text-to-Image Tool Midjourney** zwei Reihen mit jeweils sechs Fotos – eine Reihe mit echten Fotografien, eine zweite Reihe mit ähnlichen Motiven, die jedoch vollständig von KI erstellt wurden. Aus zahlreichen Schulungen zu dem Thema wissen wir, dass selbst digital affine Menschen und erfahrene Touristiker*innen die KI Reihe nicht identifizieren und falsch tippen. 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 wichtiger 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 Game Changer?

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 Begeisterungstürme versetzen. Mit ChatGPT ist das anders: Die Antworten sind in der Regel pfeilschnell, wohlklingend und logisch formuliert, haben auf Wunsch sogar den Tiefgang und den Anschein von Empathie.

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 stetiger wachsender 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.

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.

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

Plugins, Servicebots und Open Data: Ein Überblick

Längst gehen die Fähigkeiten von ChatGPT auch weit über einfache Texterstellungen hinaus. Über Plugins lassen sich Webseiten crawlen und analysieren, inhaltliche Interviews zu umfangreichen PDF Dateien führen 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.

Sind Chatbots tatsächlich dafür geeignet, um sie ungefiltert auf unsere Gäste bzw. Kundinnen und Kunden loszulassen? Die ehrliche Antwort müsste lauten: „Es kommt drauf an.“ Denn es braucht zwingend eine intelligente Verknüpfung mit eigenem Wissensbestand und Daten, um Menschen bei ihren individuellen (Informations-)Bedürfnissen zu packen und 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 Wagrain-Kleinarl und im Juni auch für die gesamte Österreich Werbung erschaffen wurden. Dank sehr gut dokumentierter und zugänglicher Schnittstellen sind solche Brücken meist mit vergleichsweise geringen Investments möglich. Generell ergeben sich aus den APIs der KI-Anbieter faszinierende Möglichkeiten für ganz individuelle, innovative Anwendungen.

Mittlerweile ermöglicht OpenAI sogar das Erstellen von Custom GPTs auch für Laien in Dialogform. Diese erst diesen Monat veröffentlichte Funktion dürfte eine Vielzahl spannender Nischen-Anwendungen hervorbringen und ermöglicht darüber hinaus den Call von Dateninformationen in beide Richtungen. Die KI spricht also mit unseren eigenen Daten und umgekehrt. Erste Beispiele und Experimente in unserem Team zeigen erstauiliche Ergebnisse.

Daten sind ohnehin so etwas wie das Zauberwort hinter den jüngsten Entwicklungen und Erfolgsgeschichten rund um Künstliche Intelligenz. Insbesondere im Tourismus **braucht es strukturierte und offene Daten**, um die neuen Services mit Faktenwissen zu versorgen. 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 Live-Einsatz haben. Theoretisch könnte dieser dann sogar als Hologramm mit unseren Liebsten zu Hause interagieren, während wir gerade auf einem Tourismustag sprechen. Wollen wir das? Das ist sicher eine andere Frage.

Jedenfalls wird diese Phase des "Wandels auf Speed" in alle Bereiche unseren privaten und beruflichen Lebens ausstrahlen. Wird es zum Beispiel Webseiten, wie wir sie heute kennen, in naher Zukunft überhaupt noch brauchen? Der Trend scheint jedenfalls klar – immer mehr Zero Click Suchen, 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.

Während wir heute vielerorts noch über *Mobile First* sprechen, sehen Zukunfts- und Trendforscher*innen bereits bald das Ende der Smartphones kommen. Doch konzentrieren wir uns für den Moment nochmal auf das, was bereits heute zur 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, das mit Version 3 jedoch Boden gutmachen konnte. Midjourneys Nachteil: Der Zugang über Discord-Server ist für Einsteiger eher umständlich, für professionelle Ansprüche ist es jedoch auch für uns derzeit die erste Wahl! Die gute Nachricht: Der Launch der Webseite, die dann auch Anfänger*innen die Erstellung beeindruckender Bilder ermöglichen wird, steht dieser Tage in den Startlöchern.

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. Und selbst, wenn wir die Bilder noch nicht auf unsere Gäste und Kund*innen loslassen möchten, eignen sie sich großartig für Mood Boards, Briefings von Agenturen und Kreativen sowie zur Planung von Kampagnen.

Fazit und Ausblick: Be part of the change!

Künstliche Intelligenz wird unsere Berufswelt und unseren Arbeitsmarkt grundlegend verändern – auch für alle Akteure in Köln. Einige Geschäftsmodelle und Berufsbilder werden auch in der Tourismusbranche schon bald disruptiert, 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**. Um den Blick und Geist dafür zu schärfen, haben wir uns entschieden, im Anschluss an unseren kurzen fachlichen Impuls einen **Ideenwettbewerb** auszurufen. Unsere **Session beim Kölner Tourismustag 2023** bringt insofern Akteure aus unterschiedlichen Bereichen zusammen, um konkrete Ansätze zur KI-Nutzung in Köln sowie die Inwertsetzung für den Tourismus in der Stadt zu diskutieren.

Die rasante Entwicklung der KI-Technologie und ihre Einflussnahme auf unsere Gesellschaft sollte 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 Kund*innen muss stets an oberster Stelle stehen.

Künstliche Intelligenz ist in der Tourismusbranche angekommen und wird schon bald zu einer Selbstverständlichkeit werden. Von der Contenterstellung über den Kundenservice bis hin zur personalisierten Erlebnisgestaltung – die Möglichkeiten sind grenzenlos. Selbst Besucherlenkung, das Entzerren von Verkehrsströmen, die Vermeidung unnötiger Abfälle und Ressourcen und viele weitere Herausforderungen können wir datenbasiert dank KI zielgerichtet angehen. Wir möchten diesen Wandel mit Neugier, Mut, Spaß und kreativen Ansätzen begleiten und freuen uns über all jene Kolleginnen und Kollegen, die mit positiver Energie auf diesem Weg dabei sind.

