

KI, Macht und Vertrauen: Wie die Zukunft des Reisens heute entschieden wird



Copyright: Messe Berlin GmbH/Volkmar Otto

DIE REISEWELT AM SCHEIDEWEG

Beim ersten 'Leadership Exchange', den Phocuswright gemeinsam mit der ITB Berlin am 3. März 2026 im CityCube Berlin veranstaltete, diskutierten führende BranchenexpertInnen in einem vertraulichen Thinktank-Format nach der Chatham-House-Regel vier zentrale Fragen: Wem gehört das Vertrauen? Wo liegt der wirtschaftliche Wert in einer KI-geprägten Branche? Ist Reisen ein Recht oder ein Privileg? Und wird die Branche von wenigen großen Akteuren dominiert – oder zunehmend fragmentiert? Das Ziel war klar: nicht bloße Trenddebatten zu führen, sondern konkrete, umsetzbare Impulse für Unternehmen, Politik und weitere Akteure zu liefern. "Die Reisebranche steht vor einem strukturellen Wandel, wie wir ihn seit den Anfängen der Digitalisierung nicht mehr erlebt haben", sagte Dr. Mario Tobias, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin. "Die Entscheidungen, die wir jetzt in Bezug auf Vertrauen, Daten und Wertschöpfung treffen, werden die Branche über Jahrzehnte prägen." In allen Diskussionen zeichnete sich dabei ein klares Bild ab: Künstliche Intelligenz wird das Reisen einfacher und reibungsloser machen – und dabei zugleich die Machtverhältnisse grundlegend neu ordnen.

VERTRAUEN WIRD ZUR NEUEN WÄHRUNG

In einer von KI geprägten Welt entsteht Vertrauen nicht mehr primär durch starke Marken oder direkte Erfahrungen, sondern aus einem komplexen Geflecht kleinster Faktoren – Bewertungen, nutzergenerierte Inhalte und jede einzelne Interaktion entlang der Customer Journey. Vertrauen muss deshalb gezielt in alle Schritte der Reise eingebettet werden, statt als selbstverständlich vorauszusetzen. Gleichzeitig führen immer mehr KI-gestützte Buchungs- und Entscheidungskanäle dazu, dass Verantwortlichkeiten schwerer nachvollziehbar werden – und damit das Risiko sogenannter 'katastrophaler' Vertrauensbrüche kurzfristig steigt. "Vertrauen ist kein Algorithmus. Es gibt kein einfaches Rezept – und künftig werden nicht nur Unternehmen, sondern auch Konsumenten danach bewertet, wie vertrauenswürdig sie sind", sagte Mieke De Schepper, CEO der Sunweb Group. Was wie eine Herausforderung klingt, ist zugleich eine enorme Chance: Wer Vertrauen konsequent aufbaut und pflegt, wird in der Reisewelt von morgen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil besitzen.

KI VERSCHIEBT DEN WERT – UND ERÖFFNET NEUE CHANCEN

Wenn KI-Agenten Suche, Inspiration und Buchung zunehmend übernehmen, verändert sich nicht nur der Prozess des Reisens, sondern auch sein wirtschaftliches Gefüge. Personalisierung wird zur größten Chance der Branche: Reiseerlebnisse lassen sich in Echtzeit individuell zuschneiden – auf Basis umfassender Datenanalysen und ganz persönlicher Vorlieben. Klassische Anbieter könnten dabei an Einfluss verlieren, wenn nicht mehr die Marke, sondern die 'maßgebliche Informationsquelle' zum entscheidenden Faktor wird. "Bis 2029 wird die klassische Reiseinspiration und -suche fast keine Rolle mehr spielen. Im Mittelpunkt stehen künftig persönliche Agenten, die in unserem Auftrag handeln", sagte Timothy O'Neil-Dunne, Strategieberater bei T2Impact. Für TourismusakteurInnen, die bereit sind, sich anzupassen und in Datenkompetenz zu investieren, eröffnet dieser Wandel jedoch ebenso viele Türen, wie er alte schließt.

REISEN ZWISCHEN ZUGÄNGLICHKEIT UND UNGLEICHHEIT

Technologische Entwicklungen könnten Reisen in Zukunft deutlich vereinfachen und einem breiteren Publikum zugänglich machen – und damit offene, vernetzte Gesellschaften stärken. Gleichzeitig wächst der Druck durch Massentourismus, der Infrastrukturen und Lebensräume vielerorts belastet und bereits heute dazu führt, dass manche Destinationen den Besucherzugang aktiv begrenzen. Wirtschaftliche Ungleichheit, geopolitische Spannungen und regulatorische Rahmenbedingungen entscheiden zunehmend darüber, wer überhaupt reisen kann und darf. "Um Migration und Massentourismus zu steuern, könnte Reisen zunehmend zu einem Privileg werden. Staaten könnten den Tourismus entweder über strengere Visa-Regeln begrenzen oder Menschen durch Preisgestaltung vom Reisen ausschließen", sagte

Stephen Joyce, Global Strategy Lead bei Protect Group. Die eigentliche Frage, die der 'Leadership Exchange' aufwarf, lautet daher: Wie gestaltet die Branche diesen Wandel so, dass Reisen ein inklusives Erlebnis bleibt – und nicht zum Luxus einer privilegierten Minderheit verkommt?

ÜBER DIE ITB BERLIN

Die ITB Berlin ist seit 1966 die führende Messe der weltweiten Reiseindustrie und feierte 2026 unter dem Motto 'Discover the stories behind 60 years of legacy' ihr 60-jähriges Jubiläum. Die Jubiläumsausgabe, die von 3. bis 5. März 2026 als reine Fachbesuchermesse stattfand, vereinte 5.601 Aussteller aus 166 Ländern vor rund 97.000 TeilnehmerInnen. Parallel dazu diskutierten auf dem ITB Berlin Kongress unter dem Motto 'Leading Tourism into Balance' mehr als 400 Top-SpeakerInnen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik die Herausforderungen der Branche – vor über 24.000 BesucherInnen. Als ganzjähriger Innovationshub bietet die ITB Berlin der weltweiten Tourismuscommunity mit 'ITB 360 ?' kontinuierlich wertvolle Insights in Form von Fachartikeln, Podcast-Episoden und weiteren innovativen Formaten.

(kjz)

Der vollständige Executive Brief 2026 mit allen Erkenntnissen und strategischen Implikationen steht hier zum Download bereit. (https://application-assets.s3.dualstack.us-east-1.amazonaws.com/pcwi/production/phocuswire/whitepapers/Phocuswright_ITB_LeadershipExchange2026.pdf)