

KI, Generation Z und Internationalisierung als Zukunftsthemen im Tourismus



Copyright: ÖW_Christian Lendl vl.Steharnig-Staudinger,Hattmannsdorfer,Zehetner, Schultz

KI, neue Gästebedürfnisse und internationale Märkte verändern die Rahmenbedingungen für den Tourismusstandort Österreich. Im Mittelpunkt standen drei eng miteinander verbundene Zukunftsthemen: Künstliche Intelligenz, die Gäste von morgen – allen voran die Generation Z – sowie die weitere Internationalisierung des Tourismusstandorts Österreich.

Vor diesem Hintergrund präsentierten Bundesminister WOLFGANG HATTMANNSDORFER, Staatssekretärin ELISABETH ZEHETNER, WKÖ-Präsidentin MARTHA SCHULTZ und ÖW-Geschäftsführerin ASTRID STEHARNIG-STAUDINGER anlässlich des Pressegespräch zum Österreichischen Tourismustages die strategischen Schwerpunkte für die Zukunft des österreichischen Tourismus.

WETTBEWERBSFÄHIGKEIT STÄRKEN

"Künstliche Intelligenz (KI) wird die Spielregeln im internationalen Wettbewerb grundlegend verändern. Wer künftig sichtbar sein, neue Gäste gewinnen und Wertschöpfung im Land halten will, muss diese Entwicklung aktiv gestalten. Deshalb geben wir mit einem eigenen KI-Fahrplan für den Tourismus und einem neuen Märktebewertungsmodell den Startschuss für die nächste Phase des internationalen Tourismusmarketings. Unser Ziel ist klar: Österreich soll nicht nur zu den beliebtesten Reisezielen der Welt zählen, sondern auch zu den innovativsten und wettbewerbsfähigsten Tourismusstandorten", sagt Wolfgang Hattmannsdorfer, Bundesminister für Wirtschaft, Energie und Tourismus.

GENERATION Z ALS SCHLÜSSELZIELGRUPPE

Die aktuelle Gen-Z-Studie der Österreich Werbung zeigt, dass junge Reisende großes Potenzial für den österreichischen Tourismus bieten:

- * Rund 48 Millionen Menschen der Generation Z leben in den wichtigsten europäischen Herkunftsmärkten Österreichs.
- * Generation Z zählt zu den reiseaktivsten Zielgruppen Europas.
- * Junge Reisende suchen verstärkt nach authentischen, aktiven und erlebnisorientierten Angeboten.
- * Rund 50 Prozent planen ihre Reisen erst innerhalb der letzten vier Wochen vor Abreise.
- * Empfehlungen aus dem persönlichen Umfeld, Social Media und digitale Inhalte beeinflussen Reiseentscheidungen.

"Mit der Vision T haben wir einen klaren Kompass für die Zukunft des Tourismus in Österreich vorgelegt. Die Generation Z spielt dabei eine Schlüsselrolle: Sie wird die Gäste, Mitarbeitenden und Unternehmerinnen und Unternehmer von morgen stellen. Wer die Zukunft unserer Konjunkturlokomotive Tourismus gestalten will, muss ihre Erwartungen verstehen und sie aktiv in die Gestaltung einbinden. Deshalb schaffen wir mit dem neuen Beteiligungsformat ‚GenZ goes GenT‘ aus der Vision T gezielt Möglichkeiten, junge Menschen stärker in tourismuspolitische Entscheidungen einzubringen. Die vorliegende Studie der ÖW liefert dafür wertvolle Erkenntnisse und zeigt, wie wir Österreichs Tourismus erfolgreich, nachhaltig und zukunftsfit weiterentwickeln können", sagt Elisabeth Zehetner, Staatssekretärin für Energie, Startups und Tourismus.

QUALITÄT SCHAFFT WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

"Der Erfolg des österreichischen Tourismus entsteht in unseren Betrieben – bei Unternehmerinnen und Unternehmern, die investieren, innovieren und gemeinsam mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern jeden Tag Gastfreundschaft leben. Gerade angesichts von Fachkräftemangel, steigenden Kosten und wachsendem internationalem Wettbewerb müssen wir die Chancen von Digitalisierung, Künstlicher Intelligenz und neuen Märkten konsequent nutzen. Dadurch können wir Wertschöpfung, Beschäftigung und Lebensqualität in unseren Regionen langfristig sichern. Die Wirtschaftskammer unterstützt

dabei mit Information, Weiterbildung, praxisnahen Angeboten und der internationalen Marktexpertise der WKÖ/Außenwirtschaft Austria. KI kann Betriebe entlasten und neue Möglichkeiten eröffnen – den entscheidenden Unterschied machen aber weiterhin die Menschen, die Qualität, Persönlichkeit und österreichische Gastfreundschaft erlebbar machen", betont Martha Schultz, Präsidentin der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ).

KI VERÄNDERT DAS REISEVERHALTEN

Während sich die Erwartungen der Gäste verändern, verändert Künstliche Intelligenz die Art, wie Reisen geplant und gebucht werden. Die Studie „KI und Reisen“ zeigt, dass KI für Reisende in allen Phasen der Reiseplanung zunehmend an Bedeutung gewinnt.

* Zentrale Ergebnisse der Studie "KI und Reisen":

* In einzelnen Märkten nutzen bereits mehr als 40 Prozent der Reisenden KI-Anwendungen für Inspiration, Planung oder während der Reise.

* KI verändert die Art, wie Reiseinformationen gefunden und verarbeitet werden.

* Reiseentscheidungen entstehen zunehmend außerhalb klassischer Suchmaschinen und Buchungsplattformen.

* Neue digitale Touchpoints erfordern eine Anpassung touristischer Marketing- und Kommunikationsstrategien und rücken die Sichtbarkeit touristischer Inhalte in Suchmaschinen, sozialen Netzwerken und KI-Anwendungen sowie die Qualität und Verlässlichkeit touristischer Daten noch stärker in den Fokus.

"Die Gäste von morgen entscheiden anders als die Gäste von gestern. Deshalb reicht es nicht, sichtbar zu sein. Wir müssen dort präsent sein, wo Inspiration entsteht und Reiseentscheidungen getroffen werden: auf Social Media, über Empfehlungen und zunehmend auch in KI-gestützten Anwendungen. Österreich muss sich dafür nicht neu erfinden. Aber wir müssen unsere Stärken für neue Zielgruppen noch besser sichtbar machen. Mit einer KI-Strategie für den Tourismus und dem gezielten Aufbau einer zukunftsfähigen Datenbasis für KI-Anwendungen – in enger Abstimmung mit der Datenstrategie und dem Tourism Data Space – sowie der Weiterentwicklung unserer Marktanalysen schaffen wir die Voraussetzungen, um Österreichs internationale Sichtbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu stärken", betont Astrid Steharnig-Staudinger, Geschäftsführerin der Österreich Werbung abschließend.

(mst)

Österreich Werbung {<https://b2b.austria.info/>}