

Künstliche Intelligenz verändert Tourismus



Copyright: BMWET/Elias Pargan

ÖSTERREICH ZUERST

Auch für Österreich ist Künstliche Intelligenz (KI) ein zentraler Schwerpunkt bei der Umsetzung der neuen Tourismusstrategie Vision T. TOURISMUS-STAATSEKRETÄRIN ELISABETH ZEHETNER: "KI wird den Tourismus verändern - die Frage ist nicht ob, sondern wie. Unser Anspruch muss sein, dass Österreichs Betriebe bei dieser Entwicklung nicht Zuschauer sind, sondern vorne mitspielen. Wenn der Gast morgen eine KI fragt, wo er seinen nächsten Urlaub verbringen soll, muss Österreich in dieser Antwort vorkommen."

KI-PAKET SOLL TECHNOLOGIE IN DIE BETRIEBE BRINGEN

Ein erster konkreter Schwerpunkt ist bereits in Arbeit: Gemeinsam mit Österreich Werbung und Wirtschaftskammer entwickelt das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus ein KI-Paket für den Tourismus. Ziel ist es, insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen konkrete Anwendungen und Know-how zugänglich zu machen. Das Vorhaben ist Teil der Umsetzung der Vision T, bei der Digitalisierung und KI neben Ganzjährigkeit und Wettbewerbsfähigkeit zu den zentralen Schwerpunkten zählen. "KI darf kein Werkzeug sein, das nur großen Konzernen und internationalen Plattformen zur Verfügung steht. Sie muss auch dem Familienhotel, dem Wirtshaus oder dem kleinen Freizeitbetrieb etwas bringen. Genau dort wollen wir ansetzen: Technologie verständlich machen und Anwendungen schaffen, die im betrieblichen Alltag tatsächlich einen Unterschied machen."

Die Einsatzmöglichkeiten reichen von automatisierter Gästekommunikation und Übersetzungen über Marketing und Angebotsgestaltung bis hin zur Unterstützung bei administrativen Aufgaben. Auch die Österreich Werbung arbeitet bereits mit praxisnahen Formaten daran, KI-Anwendungen stärker in den Tourismus zu bringen. "Wenn KI Routinearbeit abnimmt, bleibt mehr Zeit für das, was kein Algorithmus ersetzen kann: persönliche Gastfreundschaft. Technologie soll unsere Betriebe entlasten – nicht den Menschen ersetzen."

AUFFINDBAR DANK KI

Neben betrieblichen Anwendungen geht es Zehetner auch um die internationale Sichtbarkeit des Tourismusstandorts. Reiseplanung verlagert sich zunehmend von klassischen Suchmaschinen und Buchungsplattformen hin zu digitalen Assistenten. Die Vereinten Nationen weisen zum Welttourismustag ausdrücklich darauf hin, dass KI bereits verändert, wie Reisende Destinationen auswählen und wie touristische Angebote gestaltet werden. Gleichzeitig besteht das Risiko, dass neue Technologien Nachfrage noch stärker auf wenige Plattformen und Destinationen konzentrieren.

Dafür brauche es neben konkreten KI-Anwendungen auch gute Daten und gemeinsame Standards. „Wer digital nicht gefunden wird, wird künftig noch schneller wirtschaftlich unsichtbar. Deshalb müssen wir gute touristische Daten, neue Technologien und die Stärke unserer Betriebe zusammenbringen. Das ist keine technische Nebenfrage, sondern eine Frage unserer Wettbewerbsfähigkeit.“

(mst/kjz)

Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus {<https://www.bmwet.gv.at>}