

Strategische KI-Nutzung im Tourismus

Automatisierung, Hyperpersonalisierung und Authentizität



Individualtourismus braucht Authentizität. KI produziert Wahrscheinlichkeiten.

Einsatzmöglichkeiten

- Reiseplanung und Echtzeitunterstützung
- Beratung, Chatbots, Kundenservice
- Content-Produktion (Text, Bild, Video, Statistik)
- Analyse von Verhalten und Nachfrage
- Reiserouten- /Transportoptimierung
- etc.

Ziele & Chancen

- Personalisierung und individuelle Empfehlungen
- Effizienzsteigerung bei Abläufen und Kommunikation
- Strategische Marktanalyse und Angebotsplanung
- Skalierbare Content-Produktion
- etc.

Herausforderungen & Grenzen

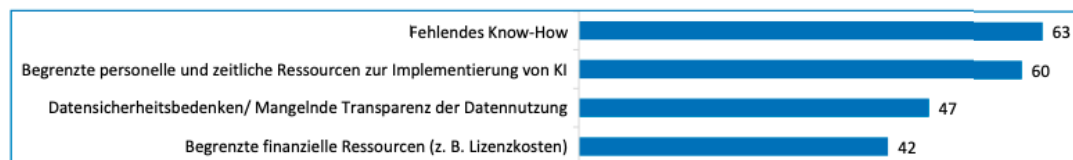
- Hohe Datenabhängigkeit und Datenschutzfragen
- Verlust des menschlichen Elements
- Tonale Gleichförmigkeit und generische Sprache
- Gefahr des Vertrauensverlusts durch generische Kommunikation: Verlust von Identität und Authentizität

Text- und Content-Erstellung mit KI im Tourismus

- 68% touristischer Unternehmen nutzen generative KI aktuell vor allem für Marketingzwecke, insb. die Content-Erstellung
- 68% touristischer Unternehmen nutzen KI zur Texterstellung, Erzeugung von textbasiertem Content und Spracherkennung*

Frage: In welchen der folgenden Aspekte sehen Sie ein Hemmnis für die Nutzung von KI-Anwendungen in Ihrem Unternehmen?

(geschlossene Frage, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Problemstellung

Individualität kann nicht aus Wahrscheinlichkeitsrechnung entstehen

oder:

Wenn alle dieselben Tools ähnlich nutzen, klingen auch alle gleich.

1. Destinationen konkurrieren mit immer ähnlicheren Inhalten.
2. Sprachliche Unterscheidbarkeit geht verloren.
3. KI macht nicht das Besondere sichtbar – sondern das Erwartbare.



Anwendungsbeispiel

Authentischer Text (Dr. Paula Kolz):

Als die Römer 170 n.Chr. den Grundstein für die Porta Nigra legten, konnten sie kaum ihre Erfolgsgeschichte ahnen. Schließlich war das Stadttor damals nur eines von vieren in Trier – und von vielen im gesamten Römischen Reich. Heute, rund 1850 Jahre später, ist das „Schwarze Tor“ das besterhaltene römische Stadttor nördlich der Alpen und DIE Sehenswürdigkeit, wenn es um die römische Herrschaft in den Gebieten des heutigen Deutschlands geht. Da wiegt es auch nicht schwer, dass wir nicht hundertprozentig wissen, wie die Römer selbst die Porta genannt haben. Denn was wir wissen, ist: Seit mindestens 900 Jahren heißt sie Porta Nigra. Seit 1986 gehört sie zu unserem UNESCO-Welterbe. Und seit ewigen Zeiten ist man hier in Trier ihr größter Fan. Aber natürlich nehmen wir gerne weitere Groupies in unseren Club auf. Voraussetzung: Sie müssen unsere „Pochta“, wie die Trierer sie nennen, live erlebt haben. Sie müssen ihre Steine ertastet, ihre Höhe bestiegen und ihre Gegensätze erfahren haben. Sie müssen von den lichtdurchfluteten Gängen der Obergeschosse bis zu den dunklen Räumen der Erdgeschosse gelaufen sein. Sie müssen ihren Geheimnissen von den monumentalen Blöcken der Antike bis zu den filigranen Reliefs des Barock auf die Spur gekommen sein. Und Ihnen muss ein ganz kleines bisschen schwindelig geworden sein, als Sie im Innenhof der Porta standen und versucht haben, beim Blick nach oben ihre Größe zu fassen. Wir versprechen Ihnen: Die leuchtenden Augen bekommen Sie dann von ganz alleine.

Prompt (Quellenmaterial: Wikipedia):

Kannst du mir, basierend auf den folgenden Infos, einen für eine touristische Website optimierten Text über die Porta Nigra in Trier erstellen? Der Text soll ca. 1500 Zeichen umfassen und neben einigen historischen Infos vor allem Stimmung vermitteln. Er soll positiv, humorvoll und leicht lesbar sein. Die Zielgruppe ist das postmaterielle Milieu. Der Text sollte SEO-optimiert sein. Agiere bei der Texterstellung als digitaler Marketing-Experte aus der Tourismus-Branche.

KI-generierter Text:

Porta Nigra Trier – Schwarzes Tor, großes Staunen

Sie ist schwarz, sie ist riesig, sie hat mehr Geschichten auf Lager als so mancher Bestseller: Die *Porta Nigra*, das Wahrzeichen Triers, wirkt ein bisschen wie ein antiker Riese, der sich einfach nicht unterkriegen lässt. Seit 1800 Jahren steht sie da, mitten in der Stadt – stoisch, würdevoll und mit einem gewissen „Ich war schon hier, bevor es cool war“-Charme.

Erbaut wurde das monumentale römische Stadttor ab 170 n. Chr., also zu einer Zeit, als man statt Selfies noch Mosaik anfertigte. Dass sie „Nigra“, also schwarz heißt, liegt übrigens nicht an der damaligen Farbwahl, sondern am Zahn der Zeit – der hat nämlich dem Sandstein ordentlich Patina verpasst.

Und obwohl die *Porta Nigra* nie ganz fertiggestellt wurde (ja, sogar die Türangeln fehlen bis heute – irgendwas ist ja immer), ist sie heute das besterhaltene römische Stadttor Deutschlands und UNESCO-Welterbe. Danke, Mittelalter! Denn weil man das Tor kurzerhand zur Kirche umbaute, blieb es verschont vom Schicksal vieler antiker Bauwerke: dem Abriss mit Wiederverwendungszweck.

Wer durch die massiven Bögen schreitet, spürt sofort: Hier geht's nicht nur um Steine – hier geht's um Geschichten. Um Transformation, Identität und darum, wie sich ein Bauwerk mit der Zeit immer neu erfindet. Von der römischen Stadtmauer über Einsiedlerklausen und Doppelkirchen bis zum Selfie-Spot mit Tiefgang.