

Arbeiten mit KI

Künstliche Intelligenz im Tourismus

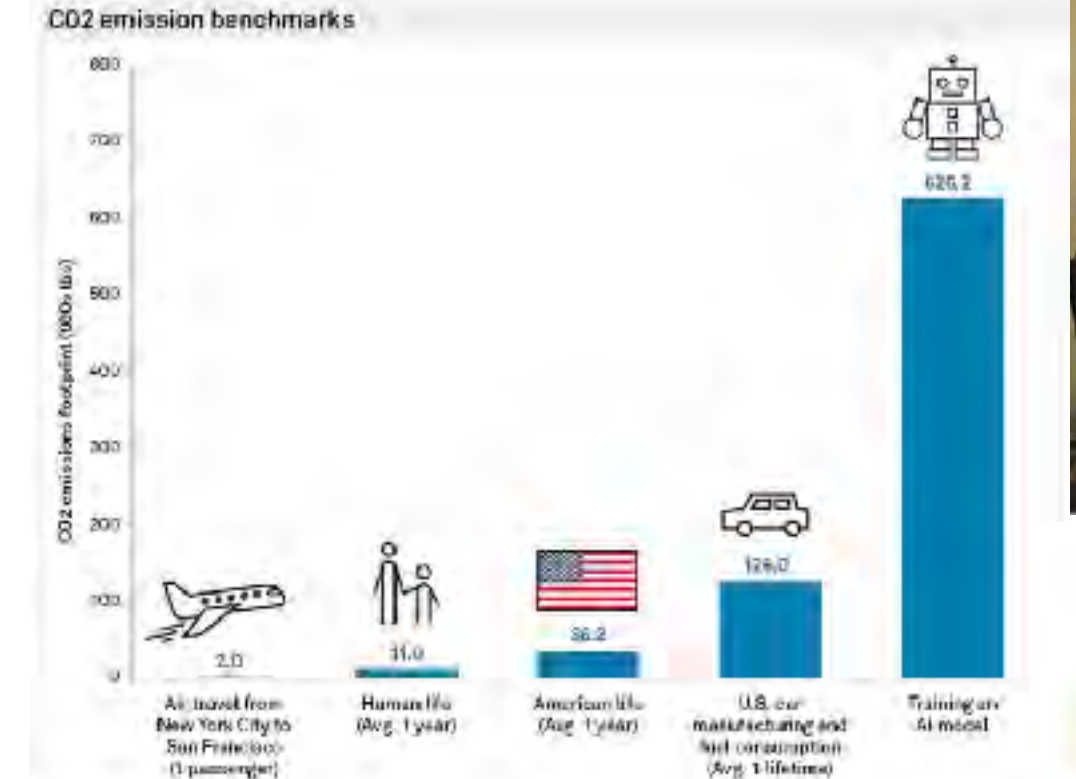


Teil 1: KI im Tourismus

Was bedeutet KI für unsere
Arbeit, unser Leben und
unsere Gesellschaft.



Von Dampfmaschinen zu KI: Die rasante Entwicklung unserer Gesellschaft



Unser Leben ist in einer digitalen Infrastruktur namens „Künstliche Intelligenz“ eingebettet



Mensch und künstliche Intelligenz

Einige Grundlagen für unsere Arbeit mit KI



Frage: Welches ist die weltweit am häufigsten genutzte Sprache in der KI-Programmierung?

Frage: Welches ist die weltweit am häufigsten genutzte Sprache in der KI-Programmierung?

Englisch.

Human Centered AI - Der Mensch im Mittelpunkt

Die Human-Centered AI-Philosophie stellt den Menschen in den Mittelpunkt aller Überlegungen zur Entwicklung und Anwendung von KI. Dieser Ansatz zielt darauf ab, Technologien zu entwickeln, die nicht nur leistungsfähig und effizient sind, sondern auch ethische, soziale und menschliche Aspekte berücksichtigen. Das bedeutet, dass KI-Systeme so gestaltet werden, dass sie die menschlichen Fähigkeiten erweitern, die Nutzererfahrung verbessern und soziale Werte wie Fairness und Inklusivität fördern. Darüber hinaus wird bei der Entwicklung menschenzentrierter KI Wert auf Transparenz, Nachvollziehbarkeit und die Möglichkeit menschlicher Kontrolle und Überwachung gelegt.

KI als Partner - Das Konzept „Co-Intelligence“

Co-Intelligence nach Professor **Ethan Mollick** beschreibt die Fähigkeit von Menschen und künstlichen Systemen, gemeinsam intelligentes Verhalten zu erzeugen. Dabei steht die Zusammenarbeit zwischen Menschen und KI im Mittelpunkt, um Entscheidungen zu verbessern, Innovationen zu fördern und effektiver zu kommunizieren.

Co-Intelligence betont, dass beide Akteure sich ergänzen, indem sie ihre jeweiligen Stärken einbringen, was zu besseren Ergebnissen führt als wenn nur Menschen oder nur Maschinen allein agieren würden.

Buchtipps: Ethan Mollick - Co-Intelligenz: Leben und Arbeiten mit KI

Generative KI im Tourismus

Wie KI bereits heute
eingesetzt wird und unseren
Arbeitsalltag extrem
vereinfacht.



KI im Tourismus

Ziele der Integration:

- **Optimierte Ressourcennutzung:** Effizienzgewinne durch Automatisierung von Routineaufgaben, bessere Verteilung von Zeit und Budget.
- **Verbesserte Ergebnisse:** Datenbasierte Entscheidungen, zielgenauere Kampagnen, präzisere Ansprache von Zielgruppen.
- **Zukunftsfähigkeit:** Aufbau langfristiger Kompetenzen, die KI als festen Bestandteil moderner Kommunikation sichern.
- **Anpassungsfähigkeit:** Fähigkeit, schnell auf neue Trends, Krisen oder Veränderungen im Verhalten der Besucher*innen zu reagieren.
- **Vertrauen und Akzeptanz:** Transparenter und human-zentrierter Einsatz von KI stärkt Glaubwürdigkeit und Bürgernähe.
- **Kreativität und Innovation:** Unterstützung bei Ideenentwicklung und Mustererkennung eröffnet neue Wege für Kampagnen und Beteiligungsformate.

KI im Tourismus

Leitung

- Automatisierte Identifikation passender (z. B. KI-) Förderprogramme, verbunden mit Vorschlägen zur optimalen Antragstellung.
- Unterstützung bei strategischen Entscheidungen durch KI-basierte Marktanalysen kultureller Trends und Besucherinteressen.
- Automatisierte Auswertung und Aufbereitung finanzieller Kennzahlen für schnelleres, datenbasiertes Controlling.
- Generierung innovativer, datenbasierter Konzepte zur Erschließung neuer Zielgruppen und Partnerschaften.
- KI-gestützte Voranalyse potenzieller Kooperationen oder Sponsorings zur schnellen Entscheidungsfindung.

KI im Tourismus

Mitarbeiter*innen

- Automatisierte Erstellung von Verträgen, Förderanträgen und Berichten auf Basis standardisierter Vorlagen und Informationen.
- KI-gestützte Archivierung und Retrieval von Medienmaterial, Dokumenten und Daten für schnellen Zugriff.
- Digitale Automatisierung interner Verwaltungsprozesse, beispielsweise Urlaubsplanung, Personalmanagement oder Terminmanagement.
- Einsatz von KI zur optimalen Planung von Projekten und personellen Ressourcen zur Entlastung administrativer und kreativer Kapazitäten.
- Automatische Dokumentenanalyse, um relevante Informationen schnell herauszufiltern und die Verwaltungsmitarbeitenden zu entlasten.

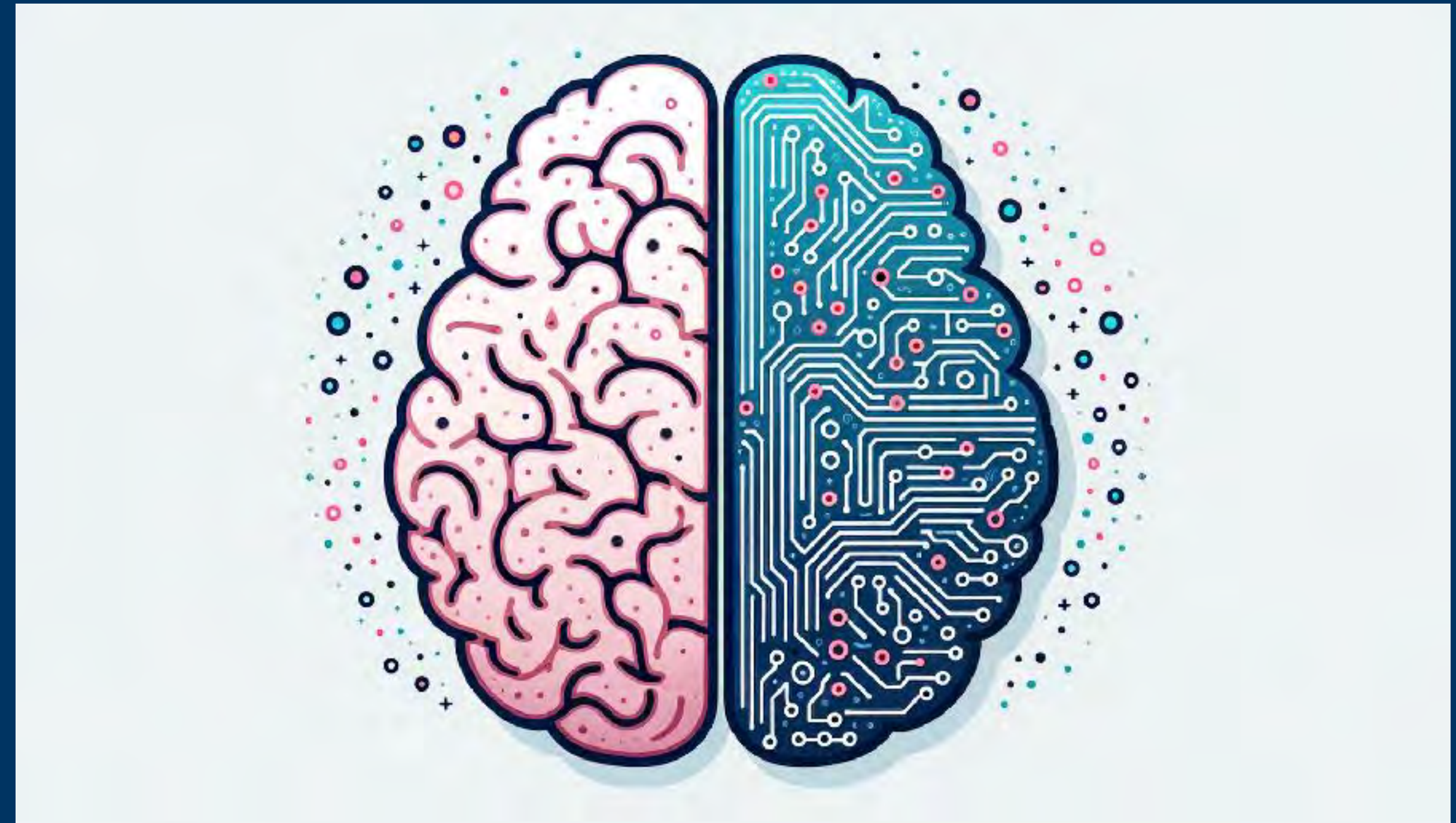
KI im Tourismus

Kommunikation und Marketing

- Automatisierte Zielgruppenanalysen und passgenaue Erstellung von Marketingbotschaften zur Effizienzsteigerung der Kampagnen.
- KI-gestützte Optimierung von Online-Inhalten (z. B. Website, Newsletter, Social Media), um Reichweite und Sichtbarkeit zu erhöhen.
- Automatisierte Auswertung von Besucher*innen-Feedback, um Veranstaltungen und Angebote kontinuierlich zu verbessern.
- Personalisierte Kommunikation mit Besucher*innen und Interessierten durch KI-basierte Chatbots und automatisierte Dialogsysteme.
- Einsatz von KI zur automatisierten Messung und Auswertung von Kampagnenerfolgen, um Ressourcen gezielt einsetzen zu können.

Generative KI im Arbeitsalltag

Ein paar grundsätzliche
Informationen und
Arbeitsmöglichkeiten.



Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung – und die sechste, die noch vor uns liegt



Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

1. Einfache Chatbot-Nutzung

Die grundlegendste Form der KI-Nutzung. Hier dient die KI als fortschrittlicher Chatbot, der Fragen beantwortet, einfache Dialoge führt und standardisierte Informationen bereitstellt. Sie arbeitet ohne langfristigen Kontext und ohne Personalisierung. Dies ist die häufigste Nutzungsebene, auf der sich rund 70–80 % der weltweiten Nutzer:innen befinden.

Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

2. Personalisierte KI-Assistenten

Auf dieser Stufe beginnt die KI, sich an frühere Interaktionen zu erinnern und kontextbezogene Informationen zu nutzen. Nutzer:innen personalisieren die KI durch Erinnerungen und gezielte Prompts, sodass sie spezifische Aufgaben übernehmen kann. Das macht sie zu einem wertvollen Werkzeug für den Arbeitsalltag. Diese Nutzung betrifft derzeit etwa 15–20 % der Nutzer:innen.

Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

3. Fortgeschrittene KI-Systeme mit speziellem Training

Hier wird die KI für spezifische Anwendungsfälle trainiert, verarbeitet große Datenmengen und integriert sich in bestehende Systeme. Unternehmen nutzen KI in dieser Phase für strategische Entscheidungsprozesse, komplexe Analysen und als Schnittstelle zwischen Menschen und Maschinen. Ungefähr 3–5 % der Nutzer:innen arbeiten auf diesem Niveau, oft in spezialisierten Branchen.

Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

4. Personalisierte Co-Intelligenz

Diese Stufe geht über den Assistenten-Charakter hinaus. Die KI ist nicht nur trainiert, sondern besitzt einen eigenen Arbeitsstil und eine tiefe Integration in den Denkprozess der Nutzer:innen. Sie agiert als Co-Intelligenz, die Stärken ergänzt, neue Perspektiven einbringt und langfristig mit den Nutzer:innen zusammenarbeitet. Sie kann sich iterativ weiterentwickeln und verbessert sich durch Rückkopplungsschleifen. Nur 1–2 % der Nutzer:innen erreichen diese Nutzungsebene – meist Menschen, die sich intensiv mit KI beschäftigen und sie aktiv in ihre Strategie einbinden.

Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

5. Erweiterte Co-Intelligenz mit KI-Agenten und Multi-Modell-Ansatz

Hier beginnt eine neue Phase der KI-Nutzung, in der die KI nicht nur als Co-Intelligenz agiert, sondern mit Agenten arbeitet. Das ermöglicht gezielte Reflexion, adaptive Optimierung und domänenübergreifendes Denken. Die KI kann strategische Muster erkennen, Inhalte miteinander verknüpfen und sich eigenständig weiterentwickeln, ohne dass jedes Detail manuell vorgegeben wird. Sie interagiert proaktiv, stellt Vorschläge bereit und kann sich flexibel an verschiedene Anforderungen anpassen. Diese Stufe liegt deutlich über Unikate KI-Systemen, bleibt aber weiterhin eine Co-Intelligenz – mit dem Menschen als Partner – und verlangt ein grösseres Praxisverständnis.

Aktuell befinden sich hier nur eine Handvoll fortschrittlicher Nutzer:innen, vermutlich unter 0,1 % der Gesamtzahl.

Die sechste Stufe der generativen KI-Nutzung:

6. Echte künstliche allgemeine Intelligenz (AGI) (Die aber - noch - nicht erreicht ist)

Während KI in den bisherigen Stufen spezialisierte Fähigkeiten besitzt oder durch gezieltes Training in neuen Bereichen leistungsfähiger wird, bleibt eine echte AGI noch Zukunftsmusik, obwohl KI-Agenten uns schon andeuten, was uns erwartet.

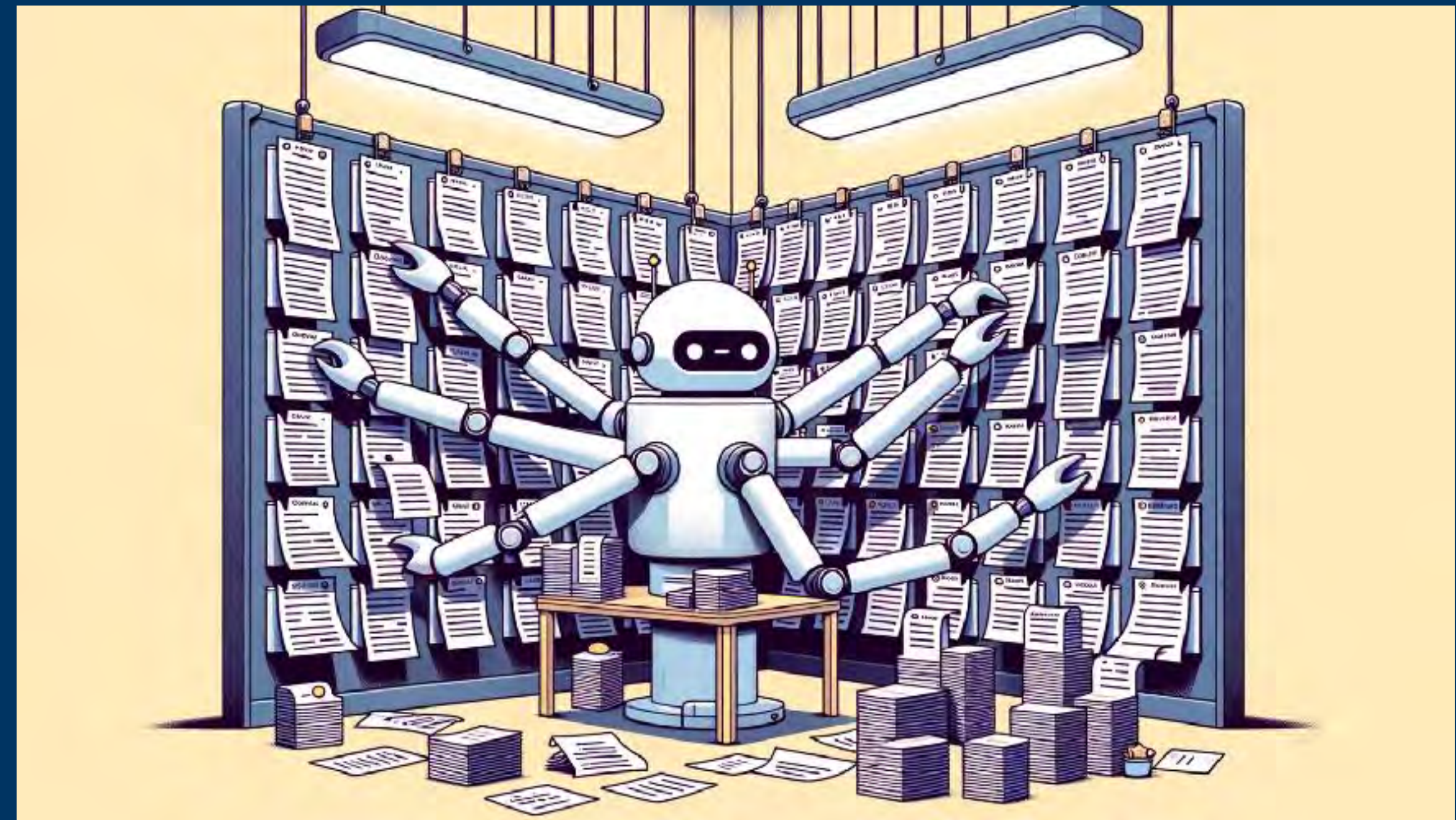
Eine solche KI könnte autonom lernen, Wissen aus verschiedenen Domänen übertragen, eigenständig komplexe Probleme lösen und strategisch neue Erkenntnisse gewinnen – unabhängig von direkter Steuerung oder explizitem Training. Wann (oder ob) diese Stufe erreicht wird, bleibt offen.

**Das ist das
Ende des Vortrags
und vielleicht Ihr
Anfang eines
Umdenkens.**



Teil 2: „AI First“ im Tourismus

Strategie und
Umsetzungskonzept



Generative KI im Arbeitsalltag

Ein paar grundsätzliche
Informationen und
Arbeitsmöglichkeiten.



Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung – und die sechste, die noch vor uns liegt



Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

1. Einfache Chatbot-Nutzung

Die grundlegendste Form der KI-Nutzung. Hier dient die KI als fortschrittlicher Chatbot, der Fragen beantwortet, einfache Dialoge führt und standardisierte Informationen bereitstellt. Sie arbeitet ohne langfristigen Kontext und ohne Personalisierung. Dies ist die häufigste Nutzungsebene, auf der sich rund 70–80 % der weltweiten Nutzer:innen befinden.

Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

2. Personalisierte KI-Assistenten

Auf dieser Stufe beginnt die KI, sich an frühere Interaktionen zu erinnern und kontextbezogene Informationen zu nutzen. Nutzer:innen personalisieren die KI durch Erinnerungen und gezielte Prompts, sodass sie spezifische Aufgaben übernehmen kann. Das macht sie zu einem wertvollen Werkzeug für den Arbeitsalltag. Diese Nutzung betrifft derzeit etwa 15–20 % der Nutzer:innen.

Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

3. Fortgeschrittene KI-Systeme mit speziellem Training

Hier wird die KI für spezifische Anwendungsfälle trainiert, verarbeitet große Datenmengen und integriert sich in bestehende Systeme. Unternehmen nutzen KI in dieser Phase für strategische Entscheidungsprozesse, komplexe Analysen und als Schnittstelle zwischen Menschen und Maschinen. Ungefähr 3–5 % der Nutzer:innen arbeiten auf diesem Niveau, oft in spezialisierten Branchen.

Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

4. Personalisierte Co-Intelligenz

Diese Stufe geht über den Assistenten-Charakter hinaus. Die KI ist nicht nur trainiert, sondern besitzt einen eigenen Arbeitsstil und eine tiefe Integration in den Denkprozess der Nutzer:innen. Sie agiert als Co-Intelligenz, die Stärken ergänzt, neue Perspektiven einbringt und langfristig mit den Nutzer:innen zusammenarbeitet. Sie kann sich iterativ weiterentwickeln und verbessert sich durch Rückkopplungsschleifen. Nur 1–2 % der Nutzer:innen erreichen diese Nutzungsebene – meist Menschen, die sich intensiv mit KI beschäftigen und sie aktiv in ihre Strategie einbinden.

Die fünf Stufen der generativen KI-Nutzung:

5. Erweiterte Co-Intelligenz mit KI-Agenten und Multi-Modell-Ansatz

Hier beginnt eine neue Phase der KI-Nutzung, in der die KI nicht nur als Co-Intelligenz agiert, sondern mit Agenten arbeitet. Das ermöglicht gezielte Reflexion, adaptive Optimierung und domänenübergreifendes Denken. Die KI kann strategische Muster erkennen, Inhalte miteinander verknüpfen und sich eigenständig weiterentwickeln, ohne dass jedes Detail manuell vorgegeben wird. Sie interagiert proaktiv, stellt Vorschläge bereit und kann sich flexibel an verschiedene Anforderungen anpassen. Diese Stufe liegt deutlich über Unikate KI-Systemen, bleibt aber weiterhin eine Co-Intelligenz – mit dem Menschen als Partner – und verlangt ein grösseres Praxisverständnis.

Aktuell befinden sich hier nur eine Handvoll fortschrittlicher Nutzer:innen, vermutlich unter 0,1 % der Gesamtzahl.

Generative KI für den Tourismus-Alltag

Sidekick™

Chatten mit den besten KI-Modellen der Welt.

Geballte Intelligenz

Als Unified AI-Modell verbindet Sidekick™ die besten KI-Modelle der Welt in einer einzigen Anwendung. Mit allen individuellen Stärken, immer sichergestellter Verfügbarkeit und maximaler Flexibilität. KI-Modelle können sich gegenseitig überprüfen und ergänzen und so ihre Ergebnisse verifizieren und die Antwortqualität maßgeblich erhöhen.



Modell	Logisches Denken	Faktenwissen	Berechnungen	Programmierung	Geschwindigkeit	Kreativität	Sprachlichkeit
GPT-4o	7,5	5,4	7,9	8,8	9,1	8,1	6,2

Wissensstand bis Oktober 2023

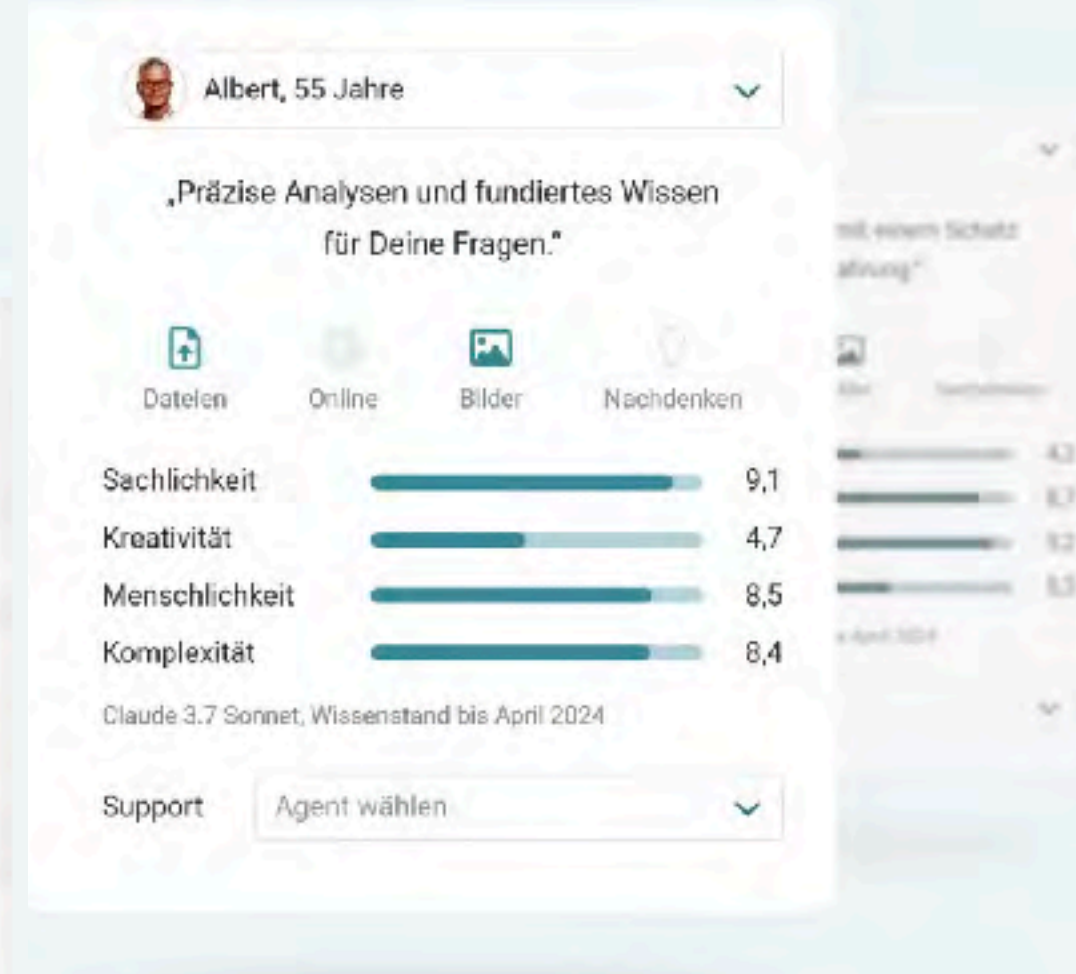
Support: Gemini 2.0 Flash-Lite

Logos: ChatGPT, Meta, Gemini, Claude, Mistral AI, deepseek, Grok, perplexity, WolframAlpha, Qwen

Virtuelle Verstärkung

Für den Chat mit KI stehen neben den nativen Modellen auch Intelligent Agents zur Verfügung, die mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Charakteren arbeiten.

Darüber hinaus können Sie durch ein gezieltes Briefing, ohne Programmierung, einfach in natürlicher Sprache Ihre eigenen individuellen Intelligent Agents erstellen und für spezielle Aufgaben- und Fachbereiche ausbilden – gebrieft für individuelle Anforderungen.



Albert, 55 Jahre

„Präzise Analysen und fundiertes Wissen für Deine Fragen.“

Support: Albert wählen

Modell	Sachlichkeit	Kreativität	Menschlichkeit	Komplexität
GPT-4o	9,1	4,7	8,5	8,4
Claude 3.7 Sonnet	4,3	8,7	9,2	8,5

Wissensstand bis April 2024

Die sechste Stufe der generativen KI-Nutzung:

6. Echte künstliche allgemeine Intelligenz (AGI) (Die aber - noch - nicht erreicht ist)

Während KI in den bisherigen Stufen spezialisierte Fähigkeiten besitzt oder durch gezieltes Training in neuen Bereichen leistungsfähiger wird, bleibt eine echte AGI noch Zukunftsmusik, obwohl KI-Agenten uns schon andeuten, was uns erwartet.

Eine solche KI könnte autonom lernen, Wissen aus verschiedenen Domänen übertragen, eigenständig komplexe Probleme lösen und strategisch neue Erkenntnisse gewinnen – unabhängig von direkter Steuerung oder explizitem Training. Wann (oder ob) diese Stufe erreicht wird, bleibt offen.

„AI First“ im Tourismus

Was bedeutet „AI First“ im Tourismus?

AI First für Tourismus beschreibt eine strategische Ausrichtung, bei der Künstliche Intelligenz konsequent und systematisch als zentrales Element aller wesentlichen organisatorischen, künstlerischen und kommunikativen Prozesse eingesetzt wird. Dabei nutzt Tourismus KI-gestützte Technologien, um Arbeitsabläufe effizienter zu gestalten, strategische Entscheidungen fundierter zu treffen und die Interaktion mit dem Publikum zu optimieren. Typische Anwendungsbereiche sind die automatisierte Verwaltungsprozesse, datengetriebene Entscheidungshilfen, ressourcenschonendes Management und innovative Beteiligungsformate. Ziel einer AI-First-Strategie ist es, klassisches Tourismus zukunftsfähig zu machen, indem KI die unternehmerische Qualität unterstützt, den administrativen Aufwand reduziert und Ressourcen ausbaut. Damit begegnet Tourismus aktuellen Herausforderungen wie Digitalisierung, Ressourcen- und Fachkräftemangel proaktiv und nachhaltig.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Schneller, praktischer und zielorientierter Einstieg

- Entwicklung einer individuellen KI-Strategie
- SideKick für sichere Routineaufgaben mit „Tourismus-Routinen“ als PDFs
- ChatGPT/Claude für strategische und konzeptionelle Arbeiten, Tobit SideKick u. a. für alle breitenwirksamen Standards, eigene Open Source KI als Ziel
- Ziel: Orientierung schaffen, erste schnelle Entlastung sichtbar machen

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Leitprinzipien

- **Human-Centered AI:** Der Mensch steht im Mittelpunkt. KI unterstützt, ergänzt und entlastet – sie ersetzt nicht.
- **Co-Intelligence:** Mensch und Maschine arbeiten als Partner, die ihre Stärken kombinieren, um Ressourcen effektiv einzusetzen – datenbasierte Präzision trifft auf menschliche Kreativität, Empathie und Verantwortung.
- **Digitale Souveränität:** Destinationen behalten die Kontrolle über ihre Daten, Systeme und Lernprozesse.
- **Ethik & Transparenz:** KI-Anwendungen müssen nachvollziehbar, fair und sicher sein. Vertrauen ist die Grundlage jeder Innovation.
- **Nachhaltige Transformation:** KI wird nicht als kurzfristiges Projekt verstanden, sondern als kontinuierlicher Lern- und Entwicklungsprozess.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Warum

- Tourismus steht vor einer doppelten Herausforderung: steigende Erwartungen bei sinkenden Ressourcen.
- Fachkräftemangel, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und individuelle Gästebedürfnisse fordern neue Wege der Organisation und Kommunikation.
- Künstliche Intelligenz bietet das Potenzial, Routinen zu automatisieren, Entscheidungen datenbasiert zu treffen und die Zusammenarbeit zwischen Mensch, Organisation und Technologie neu zu gestalten.
- Damit wird KI zu einem Werkzeug, das Zeit, Wissen und Kreativität besser verteilt – im Sinne einer lernenden Destination.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Ziele

- Die KI-Strategie unterstützt touristische Destinationen dabei, Anforderungen, Effizienz, Innovation und Lebensqualität in Einklang zu bringen.
- Sie soll Organisationen befähigen, Daten intelligent zu nutzen, Gäste individuell und respektvoll anzusprechen, Ressourcen zu schonen und Mitarbeitende zu entlasten.
- Das Ziel ist kein „KI-Tourismus“, sondern ein menschlich-digitaler Tourismus, der durch Co-Intelligence ressourcenschonend unterstützt wird.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Umsetzung – Vom Prinzip zur Praxis

1. Orientierung: Wissen aufbauen, Chancen identifizieren, kleine Pilotprojekte starten.
2. Professionalisierung: Nutzung strukturieren, Datenqualität sichern, Prozesse standardisieren.
3. Integration: KI in den Arbeitsalltag, die Gästekommunikation und das Management einbinden.
4. Verstetigung: Governance etablieren, Kompetenzen sichern, kontinuierliche Verbesserung verankern.
5. Anwendung: KI-Lösungen werden dort eingesetzt, wo sie konkrete Wirkung entfalten: in der Gästekommunikation, im Marketing, in der Verwaltung, im Wissensmanagement und in der Analyse touristischer Daten.

Jede Anwendung dient einem klaren Nutzen: Entlastung, Präzision, Individualisierung oder Nachhaltigkeit.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Die fünf Handlungsfelder

1. Effizienzsteigerung & Automatisierung interner Prozesse

KI hilft Destinationen, Routineaufgaben zu automatisieren und Ressourcen gezielter einzusetzen.
Anwendungsfelder

Ziel: mehr Zeit für Kreativität, Strategie und persönliche Betreuung.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Die fünf Handlungsfelder

2. Datenmanagement & Datenstrategie

Eine erfolgreiche KI-Nutzung steht und fällt mit der Datenbasis. Erforderlich sind einheitliche Standards, zentrale Datenräume und Schnittstellen, die Interoperabilität gewährleisten.

Kernaspekte:

- Aufbau eines zentralen Datenökosystems (z. B. über regionale Plattformen)
- Sicherstellung von Datenqualität, Aktualität und Zugriff
- Einhaltung von Datenschutz und DSGVO
- Nutzung von Daten für Analysen, Nachhaltigkeitsmanagement und Prognosen

Ziel: datenbasierte Entscheidungen, ohne Abhängigkeit von Dritten.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Die fünf Handlungsfelder

3. Personalisierung der Gästekommunikation & Nutzererfahrung

KI ermöglicht individualisierte Erlebnisse entlang der gesamten Customer Journey.

Anwendungsfelder:

- Personalisierte Empfehlungen, Routen und Aktivitäten
- KI-gestützte Chatbots und Service-Assistenten
- Sprach- und Übersetzungssysteme für barrierefreie Kommunikation
- Emotionserkennung für Service-Optimierung

Ziel: Empathische, inklusive und konsistente Kommunikation über alle Kanäle hinweg.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Die fünf Handlungsfelder

4. Wertschöpfungspartnerschaften & Innovationsökosystem

Touristische Wertschöpfung entsteht durch Vernetzung. Destinationen werden zu Plattformen gemeinsamer Innovation:

- Kooperation zwischen DMOs, Betrieben, Forschung, Start-ups und Verwaltung
- Gemeinsame Nutzung von Daten, Tools und Infrastrukturen
- Aufbau regionaler KI-Labore und Reallabore („Living Destinations“)

Ziel: kollektive Lernprozesse und innovationsfähige Netzwerke.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Die fünf Handlungsfelder

5. Kompetenzen, Akzeptanz & Governance

Der nachhaltige Einsatz von KI hängt vom Vertrauen und Wissen der Menschen ab, die mit ihr arbeiten. Maßnahmen:

- Schulungsprogramme für Mitarbeitende, Partner und Stakeholder
- Aufbau von Kompetenzzentren und KI-Mentor:innen in den Destinationen
- Etablierung ethischer Leitlinien und Governance-Modelle
- Beteiligung der Öffentlichkeit durch transparente Kommunikation

Ziel: verantwortungsvolle, lernende Organisationen mit klaren Standards und hoher Akzeptanz.

Eine KI-Strategie für den Tourismus:

Schneller, praktischer und zielorientierter Einstieg

- Entwicklung einer individuellen KI-Strategie
- SideKick für sichere Routineaufgaben mit „Tourismus-Routinen“ als PDFs
- ChatGPT/Claude für strategische und konzeptionelle Arbeiten, Tobit SideKick u. a. für alle breitenwirksamen Standards, eigene Open Source KI als Ziel
- Ziel: Orientierung schaffen, erste schnelle Entlastung sichtbar machen