

# TRENDREPORT

## Generative KI im Tourismus



Gefördert durch:

# Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

**Generative Künstliche Intelligenz (gen KI)** verändert schon heute fundamental, wie Menschen **Reisen planen, buchen und erleben**. Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) der Tourismusbranche entstehen Herausforderungen, aber es eröffnen sich dabei auch enorme einmalige Chancen: Mit den richtigen KI-Tools und internen Prozessen können sie **effizienter arbeiten, sichtbarer werden** und ihren **Service personalisieren** – ohne dabei ihre authentische Gastfreundschaft zu verlieren.

Dieser Trendreport bietet eine **praxisnahe Einführung** in das Thema. Er erklärt Begriffe, analysiert Entwicklungen, zeigt konkrete Beispiele entlang der Customer Journey und gibt Handlungsempfehlungen. Ziel ist es, Neugier zu wecken, Orientierung zu geben – und **Mut zum Ausprobieren** zu machen.

Denn eines ist klar: Die **digitale Zukunft im Tourismus** ist nicht nur eine Frage der Technik – sondern des Gestaltungswillens.



# Inhalt

■	<b>Einleitung</b>	4
■	<b>Definition Generative KI</b>	6
■	<b>Einfluss</b>	8
■	<b>Einsatzmöglichkeiten</b>	9
■	<b>Praxisbeispiele entlang der touristischen Reisekette</b>	14
■	■ <b>Vor der Reise</b>	15
■	■ <b>Auf der Reise</b>	20
■	■ <b>Nach der Reise</b>	25
■	<b>Chancen, Herausforderungen und Risiken</b>	28
■	<b>Zukunftsfragen</b>	33
■	<b>Handlungsempfehlungen</b>	34
■	<b>Fazit &amp; Ausblick</b>	36
■	<b>Glossar</b>	38

# Einleitung

Reiseplanung ist heute digital – aber oft auch fragmentiert und überfordernd. Reisende wünschen sich **persönliche, intuitive Unterstützung**: von der Inspiration bis zur Rückreise. Genau **hier setzt generative Künstliche Intelligenz** an. Konkrete Anwendungen wie ChatGPT, Google Gemini, Mindtrip oder Layla vereinfachen heute schon die gesamte Customer Journey für Nutzer:innen.

Für KMU ergeben sich daraus neue Fragen: Wie werde ich von potentiellen Gästen heute und in Zukunft noch digital gefunden? Wie kann ich **Angebote dynamisch präsentieren**? Wie bleibt mein **Betrieb erkennbar** – trotz Automatisierung?

Dieser Report beleuchtet diese Fragen im gesellschaftlichen und technologischen Kontext. Er zeigt, wie **touristische KMU generative KI sinnvoll und verantwortungsvoll einsetzen** können – entlang konkreter **Anwendungsfelder** und mit Blick auf **realistische Umsetzung**.

Die nachfolgenden Kapitel führen durch Definitionen, Medienformate, Praxisbeispiele, Chancen, Risiken, Herausforderungen und konkrete Handlungsschritte für Ihr Unternehmen.

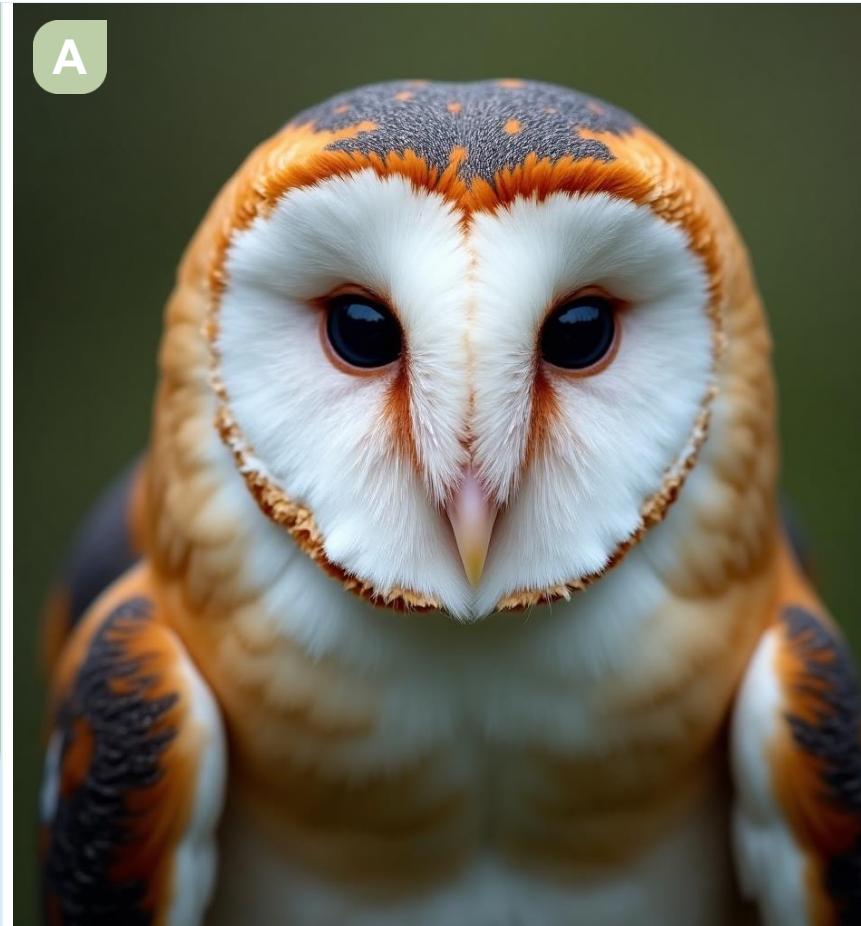
# Neuer Abschnitt – neue Perspektiven

Was Sie inhaltlich erwartet und ein kleines Spiel: Welches Bild ist echt oder KI?

Was Sie inhaltlich erwartet:

- Generative KI verstehen:  
Grundlagen und Funktionsweisen
- Tourismus im Wandel:  
Neue Potenziale durch generative KI
- Vom Konzept zur Anwendung:  
Einsatzfelder generativer KI

A



B



Bild A ist KI!

Gefördert durch:



|

Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

-

Mittelstand-  
Digital



# Definition

## Was ist generative KI?

### Begriffserklärung

Generative KI bezeichnet Technologien, die eigenständig neue Inhalte erstellen können – von Texten über Bilder bis hin zu Videos und Audiodateien.

Im Gegensatz zu regelbasierten Chatbots arbeiten sogenannte moderne Large Language Models (LLMs), also große Sprachmodelle, wie GPT-4, Claude oder Gemini kontextsensitiv und sind lernfähig. Sie verstehen natürliche Sprache und können durch gezielte Eingaben (Prompts) komplexe, zielgerichtete Inhalte erzeugen.

Vereinfacht gesagt ist generative KI ein sehr schneller Wortwahrscheinlichkeitsrechner, also ein statistisches Vorhersagemodell auf Grundlage einer enorm großen Trainingsdatenmenge. Daher haben einige LLMs auch Probleme bei mathematischen Rechnungen oder generell beim Umgang mit Zahlen.

### Auswirkungen für touristische KMU

Für touristische KMU bedeutet diese Entwicklung einen grundlegenden Wandel: Die Customer Journey verlagert sich zunehmend in digitale, KI-gestützte Systeme. Um im Auswahlprozess relevant zu bleiben, werden Sichtbarkeit, Anschlussfähigkeit und semantisch strukturierte Daten zu entscheidenden Erfolgsfaktoren. Wer seine Angebote digital auffindbar, aktuell und maschinenlesbar bereitstellt, kann neue Touchpoints besetzen und die Zukunft des Reisens aktiv mitgestalten.

Generative KI bietet dabei nicht nur die Chance, Prozesse effizienter zu gestalten, sondern auch, das Gästeerlebnis individuell und authentisch weiterzuentwickeln. KMU, die diese Möglichkeiten frühzeitig nutzen, sichern sich einen klaren Wettbewerbsvorteil in einer zunehmend digitalisierten Tourismuswelt.

# Definition

## Wie funktioniert generative KI?

Als Beispiel nehmen wir ein Reiseempfehlung: „Empfehle mir eine Stadt in Italien für einen entspannten Kultururlaub im Herbst.“

⇒ Was passiert im Modell?

### 1 Kontext erkennen:

Das Modell „liest“ die Wörter und leitet aus seinen trainierten Mustern ab, was relevant ist.

- „Stadt“ ⇒ es soll keine Region oder Strand sein
- „Italien“ ⇒ geografische Einschränkung
- „entspannt“ ⇒ eher keine Metropolen wie Rom
- „Kultururlaub“ ⇒ historische Altstadt, Museen
- „Herbst“ ⇒ mildes Klima

### 2 Wahrscheinlichkeit berechnen:

Das Modell hat keine Datenbank mit festen Antworten, sondern berechnet:

- Welche italienische Stadt passt am wahrscheinlichsten zu „Kultururlaub“?
- Welche Adjektive oder Infos folgen typischerweise auf so eine Frage?
- Welche Sätze klingen „menschlich plausibel“?

### 3 Antwort generieren (Token für Token):

Beispielsweise:

„Ich empfehle dir Bologna, eine charmante Stadt mit mittelalterlichem Stadtkern, hervorragender Küche und weniger Touristen als Florenz. Besonders im Herbst ist das milde Klima ideal für Spaziergänge durch die Arkaden und Besuche in Museen.“

Jedes Wort entsteht, weil es im gegebenen Kontext die höchste statistische Wahrscheinlichkeit hat — basierend auf all den Beispielen aus den Trainingsdaten.

# Einfluss

## Wie verändert generative KI die Reise?

### Individuelle Reiseimpulse auf Knopfdruck

Schon in der frühen Phase einer Reise analysiert KI das Nutzerverhalten potenzieller Gäste, erkennt Interessen und schlägt passende Reiseziele, Themenrouten oder Erlebnisse vor. Die Empfehlungen basieren auf kontinuierlichem Feedback, wodurch sie stetig präziser werden. Reisende erhalten so individuell zugeschnittene Impulse. Besonders junge Zielgruppen erwarten diese Personalisierung in Echtzeit – laut Statista-Umfrage 73 % –, wie sie es von Plattformen wie TikTok oder Instagram gewohnt sind.

### Komplexität reduzieren, Auswahl erleichtern

In der Planungsphase bündelt generative KI die Reisebausteine wie Unterkünfte, Aktivitäten und Transfers und ergänzt sie mit relevanten Infos. Intelligente Systeme kombinieren passende Angebote automatisch und schlagen individuelle Optionen vor. Per Sprach- oder Chatoberfläche wird die Reiseplanung deutlich einfacher, schneller und transparenter – ohne aufwendige Recherche oder Vergleichsportale.

### Smarte Begleitung vor Ort

Während des Aufenthalts übernehmen KI-basierte Assistenten vielfältige Aufgaben: Sie navigieren in Echtzeit, übersetzen Sprachen, geben Sicherheitswarnungen aus und bieten lokale Empfehlungen. Bei unerwarteten Ereignissen wie Wetterumschwüngen oder Verspätungen reagieren sie flexibel und schlagen Alternativen vor. Reisende profitieren so von einer persönlichen, situationsgerechten Unterstützung – jederzeit und überall.

### Erlebnisse ordnen und weiterentwickeln

Auch nach der Reise bleibt die KI aktiv: Sie hilft beim Sortieren von Fotos, erstellt automatisiert Reiseberichte und bereitet Gästefeedback auf. Gleichzeitig speichert sie Präferenzen, um künftige Reisen noch besser auf individuelle Bedürfnisse abzustimmen.

Gefördert durch:



Mittelstand-Digital

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Einsatzmöglichkeiten

## Wo wird generative KI aktuell bei touristischen KMU eingesetzt?

### Praktische Anwendungen für KMU:

- Automatisierte Gästekommunikation und FAQ-Beantwortung
- Personalisierte Angebotsbeschreibungen und Marketing-Texte
- Mehrsprachige Content-Erstellung ohne Übersetzungskosten
- Dynamische Reiseempfehlungen basierend auf Gästepräferenzen

**Text:** KI-gestützte Schreibwerkzeuge ermöglichen es, hochwertige Inhalte in kürzester Zeit zu produzieren – von Angebotsbeschreibungen über Newsletter bis zu Reiseblogs. Die Sprache kann dabei zielgruppenspezifisch angepasst, in mehreren Sprachen generiert und so aufbereitet werden, dass Inhalte nicht nur bei klassischen Suchmaschinen (SEO) besser auffindbar sind, sondern auch in KI-basierten Systemen sichtbar bleiben, wie etwa durch **Generative Engine Optimization (GEO)/AI Optimization (AIO)** oder **Large Language Model Optimization (LLMO)**.

Textgenerierung ist eine der am häufigsten genutzten Anwendungen generativer KI. Sie unterstützt Unternehmen dabei, Inhalte kosteneffizient und in hoher Qualität und inhaltlicher Relevanz für verschiedene Kanäle zu erstellen. Die Anwendung kann für Marketinginhalte, Social-Media-Beiträge, Blogartikel oder Hotelbeschreibungen eingesetzt werden.

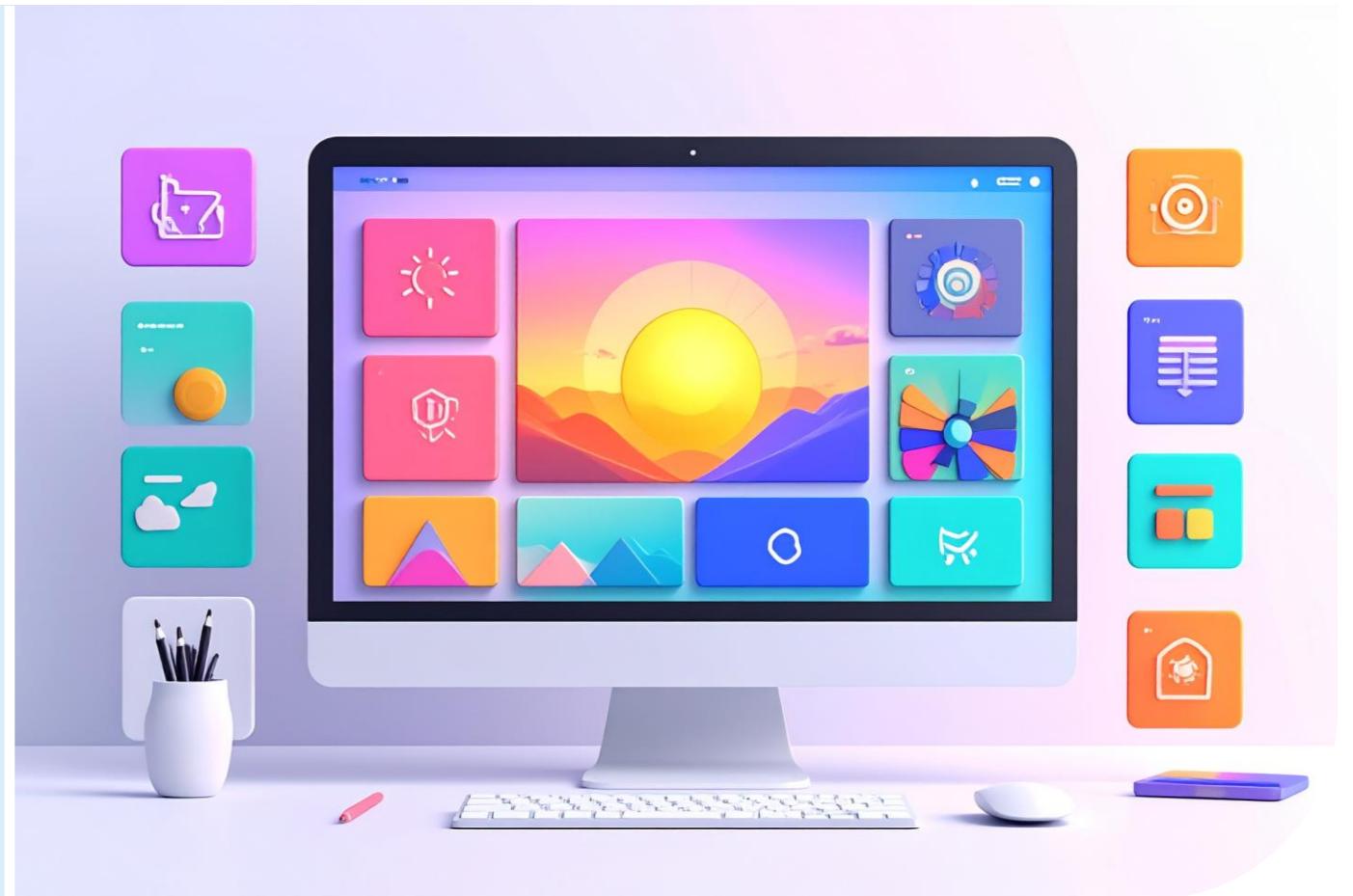


# Einsatzmöglichkeiten

Wo wird generative KI aktuell bei touristischen KMU eingesetzt?

**Bild:** Fotos lassen sich durch KI verbessern, stilistisch vereinheitlichen oder sogar vollständig erzeugen – etwa für Vorschauen, Social-Media-Beiträge oder saisonale Motive. Auch das Entfernen unerwünschter Objekte oder das automatische Zuschneiden erfolgt mit wenigen Klicks.

Bildgenerierung mittels KI bietet KMU die Möglichkeit, individuelle und hochwertige visuelle Inhalte zu erstellen, ohne aufwendige und teure Fotoshootings. Beispielsweise lassen sich personalisierte Werbematerialien, authentische Bildwelten für Social Media oder attraktive, zielgruppenspezifische Kampagnenbilder generieren, die ein professionelles Branding unterstützen.



Gefördert durch:



Mittelstand-Digital

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Einsatzmöglichkeiten

Wo wird generative KI aktuell bei touristischen KMU eingesetzt?



**Audio:** Sprachassistenten, Audioguides oder Begrüßungsnachrichten lassen sich durch synthetische Stimmen erstellen – mehrsprachig, klar verständlich und situationsbezogen. Auch Podcasts oder regionale Tipps können automatisiert eingesprochen werden.

Audioformate, wie Podcasts oder Audioguides, erleben ebenfalls einen Boom. Mit Hilfe von generativer KI wie beispielsweise dem kostenlosen Tool „NotebookLM“ können KMU mühelos professionelle Audioinhalte erstellen, die durch künstliche Stimmen eingesprochen werden. Diese Audioformate sind ideal geeignet, um Gästen Hintergrundinformationen, Geschichten oder Orientierungshilfen in verschiedenen Sprachen und barrierefrei anzubieten.

Ein praktisches und kostenloses Tool hierfür ist z.B. NotebookLM von Google, das effektiv Texte aus PDF oder Webseiten-Links in kurze Podcasts erstellt und auch authentisch wirkt.

# Einsatzmöglichkeiten

Wo wird generative KI aktuell bei touristischen KMU eingesetzt?

**Video:** Aus Texten, Bildern und Musik lassen sich kurze Clips für Websites, Messen oder soziale Medien generieren. Besonders für emotionale Ansprache und Storytelling eignet sich Video-KI – etwa bei der Vorstellung des Betriebs oder lokaler Highlights.

Videointhalte gewinnen zunehmend an Bedeutung, insbesondere auf Social-Media-Kanälen und Websites. Generative KI ermöglicht die automatische Erstellung von kurzen Videos, die aus vorhandenen Bildern, Texten oder Daten zusammengestellt werden. Diese dynamischen und ansprechenden Inhalte erhöhen die Aufmerksamkeit und Reichweite der Unternehmen und sorgen für eine emotionale Kundenbindung.



# Neuer Abschnitt – neue Perspektiven

Was Sie inhaltlich erwartet und ein kleines Spiel: Welches Bild ist echt oder KI?

## Was Sie inhaltlich erwartet:

- Wie generative KI die einzelnen Phasen der Reise prägt: Vor, auf und nach der Reise
- Konkrete Praxisbeispiele: Was heute schon möglich ist und wie es umgesetzt wird
- Impulse für KMU: Was sich daraus ableiten lässt und welche Fragen sich für die Zukunft stellen

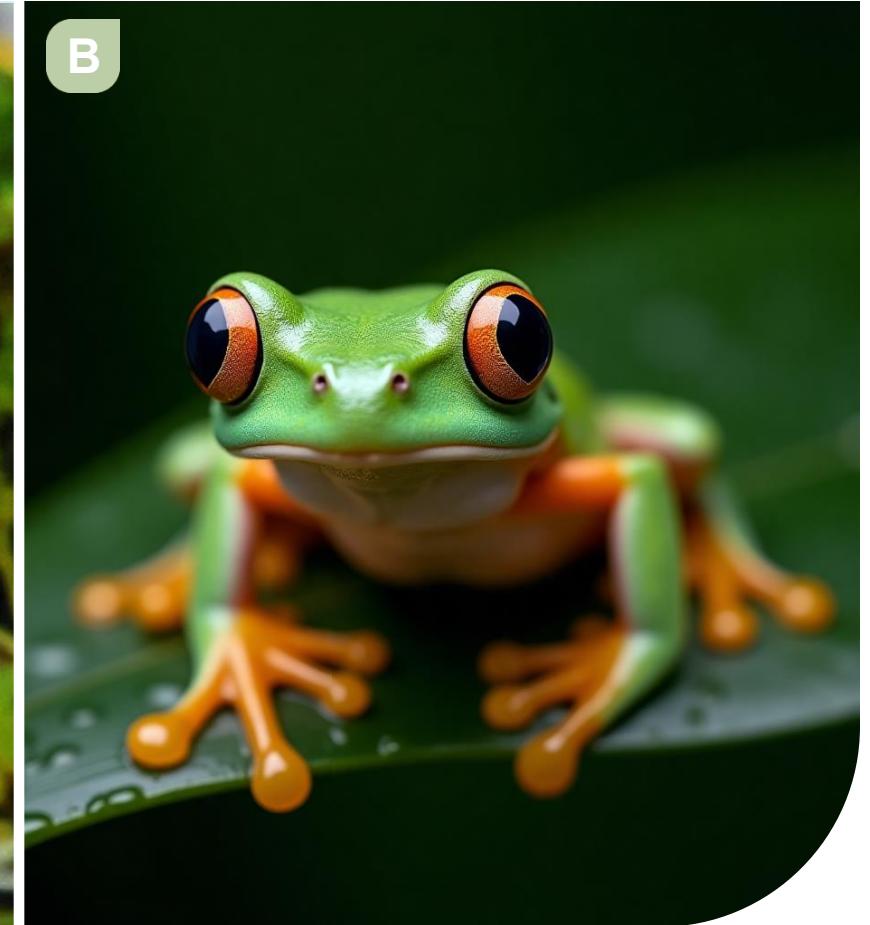


Bild B ist KI!

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Mittelstand-  
Digital

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# Praxisbeispiele

## Entlang der touristischen Reisekette: Phasen der Reise

Die folgenden Praxisbeispiele bzw. Micro-Trends zeigen, wie generative KI entlang der gesamten Reisekette heute schon von großen wie kleinen Tourismusunternehmen und Destinationen eingesetzt wird.

Falls Sie Fragen zu den Praxisbeispielen haben, wenden Sie sich gerne an die Redaktion des [Center for Innovation & Sustainability in Tourism](#) (siehe Impressum).



# Vor der Reise - Inspiration

## Vom Kurzvideo direkt zur Reisebuchung

### Beschreibung

Ein Online-Reisebüro verwandelt kurze Reisevideos in buchbare Reisepläne. Nutzer senden ihre Video-Clips an das Unternehmen und erhalten sofort personalisierte Empfehlungen und komplette Reiseverläufe. Die KI erkennt dabei Stimmungen, Orte und Vorlieben der Nutzer direkt aus dem Videoinhalt, so dass konkrete Reiseangebote entstehen, die unmittelbar gebucht werden können.

### Ableitung für touristische KMU

Das Beispiel zeigt, wie Inspiration aus sozialen Medien nahtlos in Buchungen umgewandelt werden kann – ein Prinzip, das KMU für eigene Kanäle adaptieren können. Die Verbindung von visueller Inspiration und direkter Buchungsmöglichkeit reduziert die Customer Journey erheblich und kann als Modell für eigene Ansätze dienen.

### Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir als KMU die Kraft visueller Inspiration nutzen, um potenzielle Gäste direkter zu erreichen und zu konvertieren?



Gefördert durch:

# Vor der Reise - Recherche

Automatische Texterstellung für touristische Inhalte



## Beschreibung

Tourismus NRW nutzt ein KI-System, das automatisiert Beschreibungstexte für Sehenswürdigkeiten, Gastronomie und Touren erstellt. Die KI generiert Texte in gewünschter Länge, Zielgruppenausrichtung und Sprachstil direkt aus bestehenden Datenbanken und Websites.

## Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir KI nutzen, um unsere Datenbestände kontinuierlich zu optimieren und international sichtbar zu machen?

## Ableitung für touristische KMU

Das Beispiel zeigt, wie Inspiration aus sozialen Medien nahtlos in Buchungen umgewandelt werden kann – ein Prinzip, das KMU für eigene Kanäle adaptieren können. Die Verbindung von visueller Inspiration und direkter Buchungsmöglichkeit reduziert die Customer Journey erheblich und kann als Modell für eigene Ansätze dienen.

# Vor der Reise - Planen

## Buchbare Reisepläne aus digitalen Fundstücken

### Beschreibung

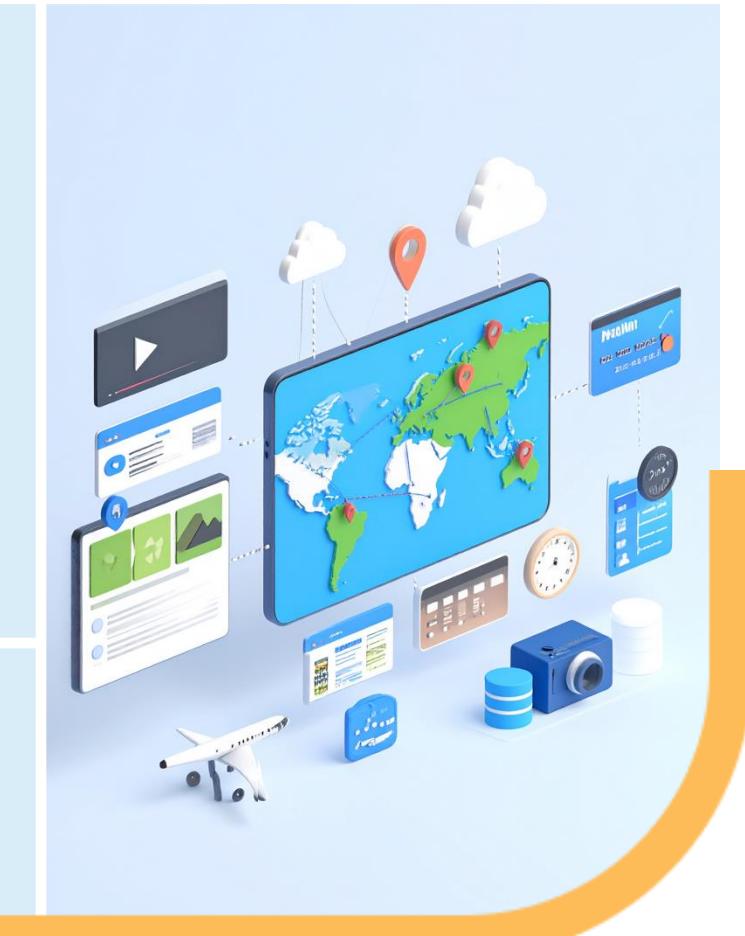
Eine KI-gestützte Reiseplattform plant visuell und interaktiv komplett Reisen. Die KI analysiert dabei Inhalte, transkribiert Videos und kombiniert diese Infos. Ein besonderes Merkmal ist die interaktive Karte zur visuellen Reiseplanung und die Möglichkeit, mit anderen Personen gemeinsam eine Reise zu planen und zu bearbeiten.

### Ableitung für touristische KMU

Gäste können aus beliebigen digitalen Inspirationsquellen direkt eine individuelle Reiseplanung starten, was die Hürde zwischen Inspiration und Buchung deutlich senkt. Auch kleinere Anbieter können so an der Schnittstelle zwischen Social Media und Buchung präsent sein und neue Zielgruppen erreichen. Die Integration verschiedener digitaler Input-Quellen (Bilder, Videos, Text) in die Reiseplanung kann den Zugang für Gäste erheblich vereinfachen. KI-gestützte Tools ermöglichen es, aus Social-Media-Inhalten konkrete Buchungsanfragen zu generieren.

### Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir unseren Gästen ermöglichen, aus jeder Art von digitaler Inspiration heraus direkt eine Reise bei uns zu planen und zu buchen?



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Mittelstand-  
Digital

# Vor der Reise - Buchen

Screenshot genügt: KI findet günstigste Preise



## Beschreibung

Eine touristische Metasuchmaschine bietet erstmals einen automatischen Preisvergleich über Screenshots an. Nutzer laden Fotos von Flugangeboten hoch, das KI-System durchsucht unmittelbar zahlreiche Websites nach besseren Preisen.

## Ableitung für touristische KMU

Zeigt innovative Wege, wie KI komplexe Vergleichsprozesse durch einfache User-Interfaces automatisieren kann. Screenshot- und bildbasierte KI-Funktionen können Buchungsprozesse erheblich vereinfachen.

## Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir visuelle KI-Features nutzen, um unseren Buchungsprozess benutzerfreundlicher zu gestalten?

# Vor der Reise - Informieren

## Zentrale KI-Inbox für effiziente Gästekommunikation

### Beschreibung

Ein Anbieter aus dem DACH-Raum vereinfacht durch generative KI die Kommunikation in Hotels und Gastronomie. Eine zentrale Inbox bündelt und beantwortet automatisch Gästefragen aus verschiedenen Kanälen wie WhatsApp oder Instagram, übersetzt Nachrichten in Echtzeit und optimiert die internen Abläufe in kleinen Teams.

### Ableitung für touristische KMU

Für touristische KMU kann der Einsatz einer KI-gestützten Kommunikationsplattform die begrenzten personellen Ressourcen effizienter machen, da automatische Antworten und Übersetzungen einen schnellen, mehrsprachigen Service ermöglichen.

### Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Welche KI-Tools können wir implementieren, um unsere Kommunikation mit den Gästen zu verbessern?



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Mittelstand-  
Digital

# Auf der Reise - Anreise

Offene Datengrundlage für touristische KI-Projekte



## Beschreibung

Seit 2023 betreibt die Deutsche Zentrale Tourismus einen offenen Data-Knowledge-Graph mit über 200.000 Datensätzen, die touristische KMU kostenfrei für eigene KI-Anwendungen nutzen können. Von Veranstaltungen bis POIs – KMU entwickeln so innovative Services für lokale Echtzeit-Infos oder Veranstaltungs-Tipps auf Grundlage hochwertiger, frei verfügbarer Daten.

## Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir Open Data und Knowledge Graphs nutzen, um unseren Gästen bessere Anreise- und Vor-Ort-Informationen zu bieten?

## Ableitung für touristische KMU

Zugang zu strukturierten Daten ermöglicht auch kleinen Betrieben die Entwicklung KI-gestützter Services für Anreise und lokale Informationen. Open Data-Projekte schaffen die technische Grundlage für KI-Innovationen, von denen auch KMU profitieren können.

# Auf der Reise - Ankommen

## Digitale Gästebetreuung per KI

### Beschreibung

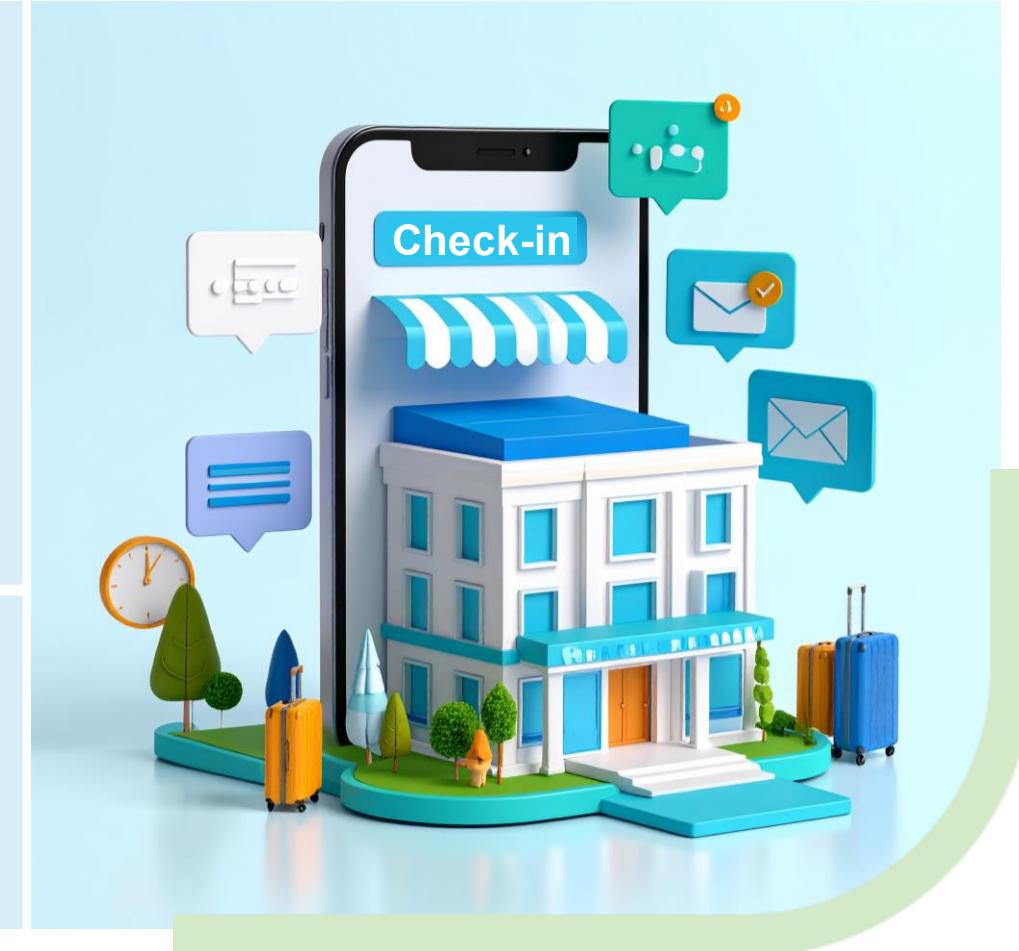
Ein portugiesisches Unternehmen bietet Hotels ein KI-gesteuertes Check-in-System mit 24/7-Gätekommunikation. Automatisierte Express-Check-ins per Messenger, SMS und E-Mail sowie KI-gestützte Gästebetreuung reduzieren Wartezeiten und erhöhen die Zufriedenheit.

### Ableitung für touristische KMU

Drastische Reduzierung des Rezeptionsaufwands bei gleichzeitiger Verbesserung der Gästebetreuung und zusätzliche Upselling-Möglichkeiten. Hotelspezialisierte KI kann mit minimalem Setup-Aufwand implementiert werden und sofort messbare Verbesserungen bringen.

### Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir KI nutzen, um unseren Gästen proaktiv die richtigen Informationen zur richtigen Zeit zu liefern?



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Mittelstand-  
Digital

# Auf der Reise - Erkunden

Reiseassistent empfiehlt individuell und aktuell



## Beschreibung

TourismusMarketing Niedersachsen erstellt mit Hilfe eines KI-basierter Reiseassistenten personalisierte Empfehlungen in mehreren Sprachen. Über eine Progressive Web App (PWA) nutzt die KI u.a. umfangreiche offene Datensätze, reagiert auf Wetterveränderungen und bietet intuitive Sprachinteraktion.

## Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir Open Data und Large Language Models nutzen, um unseren Gästen personalisierte, wetterbasierte Empfehlungen in Echtzeit zu liefern?

## Ableitung für touristische KMU

24/7-Verfügbarkeit qualifizierter Reiseberatung ohne zusätzliches Personal, drastische Reduzierung manueller Anfragen und gleichzeitige Verbesserung der Servicequalität durch mehrsprachige Unterstützung. Open Data-basierte KI-Systeme können auch kleineren Destinationen ermöglichen, professionelle, mehrsprachige Beratungsservices anzubieten, die sich kontinuierlich durch Datenqualität verbessern.

# Auf der Reise - Einkehren

## Digitale Menüberatung mit KI-Unterstützung

### Beschreibung

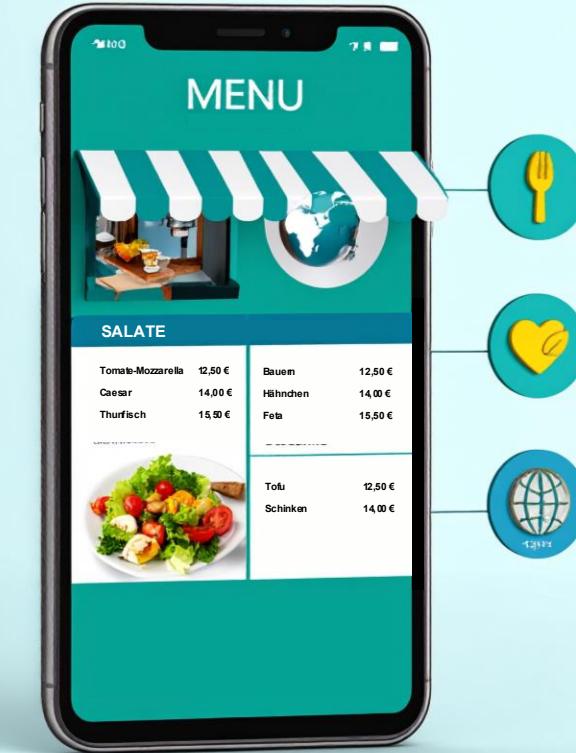
Eine KI hilft internationalen Gästen, Restaurantmenüs besser zu verstehen. Durch Foto-Uploads oder Weblinks erklärt das System automatisch Gerichte, Zutaten und Allergene, empfiehlt Alternativen und berücksichtigt individuelle Ernährungspräferenzen. Restaurants verbessern so ihren Service gezielt für internationale Zielgruppen.

### Ableitung für touristische KMU

Überwindung von Sprachbarrieren und besseres Verständnis für internationale Gäste beim Dining-Erlebnis. KI kann kulinarische Erlebnisse für internationale Gäste erheblich verbessern und vor allen Dingen die Sprachbarrieren entlang der gesamten Reisekette abbauen.

### Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir KI nutzen, um unsere Angebote in unterschiedlichen Sprachen übersetzen zu lassen? Wie gehen wir mit dem besser informierten Gast um?



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

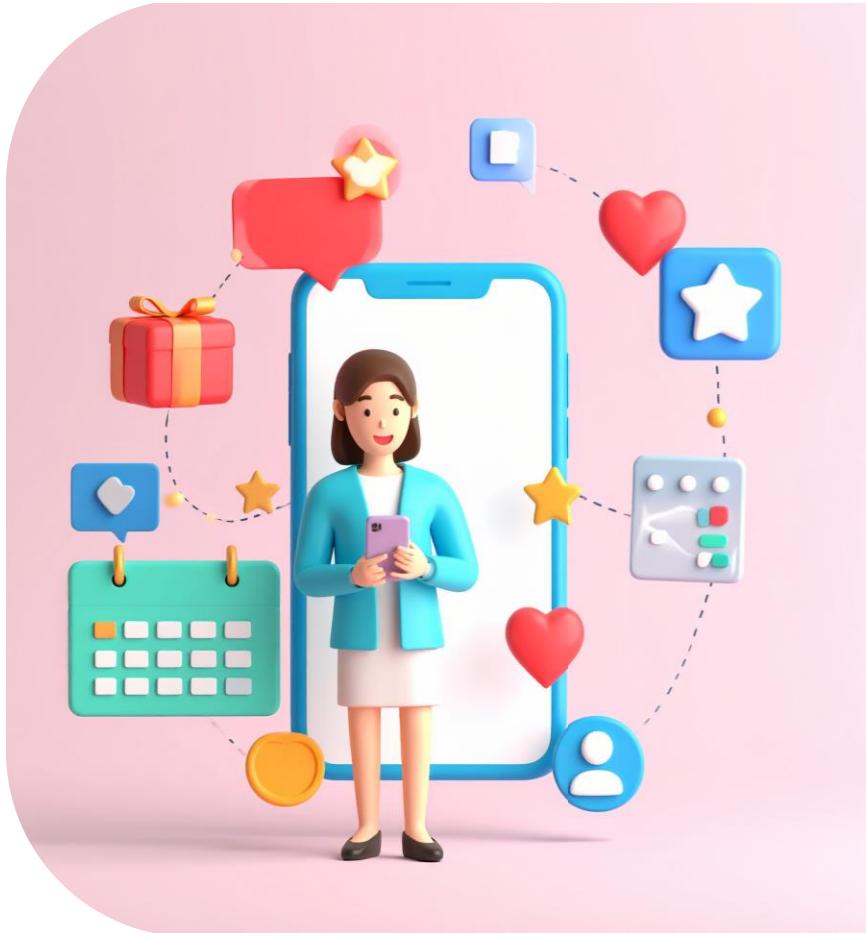
Mittelstand-  
Digital

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# Nach der Reise - Binden

KI-gestützte Kundenbindung mit individuellen Kampagnen



## Beschreibung

Ein generatives KI-Loyalitätsprogramm passt Angebote und Erlebnisse dynamisch an Vorlieben und Verhalten der Gäste an. Die KI erkennt saisonale Präferenzen und Reisemuster, wodurch kleine Unternehmen automatisiert hyper-personalisierte Kampagnen und Kundenbindungsprogramme anbieten und nachhaltig Gästeloyalität stärken können.

## Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir KI nutzen, um Gäste auch emotional zu binden und auch positive Erinnerungen nach der Reise zu schaffen?

## Ableitung für touristische KMU

Schaffung intelligenter Loyalty-Programme, die sich automatisch an Kundenverhalten anpassen und Wiederkehrquoten steigern. KI-basierte Loyalitätssysteme können auch für KMU konkrete Buchungen oder Empfehlungen erreichen, die früher nur Großunternehmen vorbehalten war.



# Nach der Reise - Empfehlen

## Spontane Gästebewertungen per Sprachassistent

### Beschreibung

Ein KI-Review-Assistent ermöglicht Gästen, sofort nach einer Aktivität mündlich Feedback zu geben. Die intuitive Spracherfassung erhöht die Anzahl der positiven Bewertungen signifikant und bietet eine integrierte Trinkgeldfunktion.

### Ableitung für touristische KMU

Drastische Steigerung der Review-Anzahl und -Qualität durch optimales Timing und KI-Unterstützung. Der richtige Zeitpunkt für Antworten kombiniert mit KI-Tools kann Review-Raten erheblich steigern.

### Zukunftsfrage für ihr Unternehmen

Wie können wir KI nutzen, um unsere Gäste im optimalen Moment um authentische Reviews zu bitten? An welchen Stellen würde uns ein KI-ermöglichter Medienwechsel (Audio/Text...) helfen, besser mit dem Gast zu interagieren?



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Mittelstand-  
Digital



# Rückblick

## Entlang der touristischen Reisekette: Phasen der Reise

Die Praxisbeispiele zeigen, dass die ehemals lineare Customer Journey im Tourismus – von der Inspiration über die Buchung bis zur Nachbetreuung und Weiterempfehlung – zerfließt im Zuge der digitalen Transformation zu einem nahtlosen, simultanen Erlebnisraum.

**Künstliche Intelligenz verwischt die Phasengrenzen** zusätzlich, indem sie Touchpoints in Echtzeit analysiert und hyperpersonalisierte Impulse ausspielt.

Für touristische KMU entsteht dadurch ein doppelter Handlungsdruck: Erstens müssen verfügbare (Gäste-)Daten konsequent strukturiert werden, und zweitens gilt es, KI-Systeme so einzubinden, dass sie diese Daten dynamisch anreichern und verwertbar machen.



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Mittelstand-  
Digital

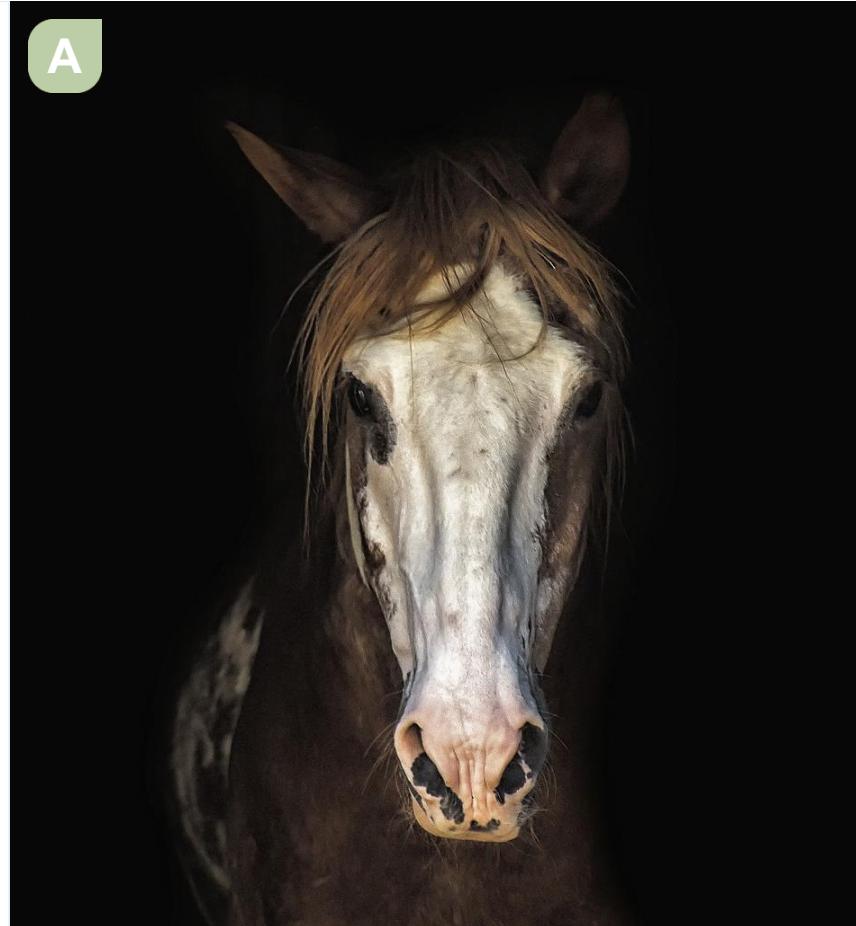
# Neuer Abschnitt – neue Perspektiven

Was Sie inhaltlich erwartet und ein kleines Spiel: Welches Bild ist echt oder KI?

## Was Sie inhaltlich erwartet:

- Chancen, Risiken & Herausforderungen: Was generative KI für touristische KMU mit sich bringt
- Strategische Zukunftsfragen für Unternehmen, die jetzt gestellt werden sollten
- 10 konkrete Handlungsempfehlungen für das eigene Unternehmen
- Zentrale Erkenntnisse zur generativen KI und wie es weitergehen kann

A



B



Bild B ist KI!

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Chancen, Herausforderungen und Risiken

## Chancen für touristische KMU



Generative KI eröffnet touristischen KMU vielfältige Chancen, ihre **Marktposition zu stärken und die Kundenbindung zu intensivieren.**

Besonders die digitale Sichtbarkeit lässt sich durch suchmaschinenoptimierte und personalisierte Inhalte deutlich steigern – auch ohne großes Marketingbudget.

Gleichzeitig sorgt die Automatisierung von Routineaufgaben wie Content-Erstellung, Gästekommunikation oder Buchungsprozessen und Datenpflege bzw. Datenmanagement für eine **spürbare Entlastung im Arbeitsalltag**. Mitarbeiterende können sich dadurch stärker auf strategische und persönliche Aufgaben konzentrieren, was die Servicequalität verbessert. Zudem prognostizieren Experten, dass durch die Suche in KI-Modellen Vergleichsportale an Bedeutung verlieren.

So könnte die **Buchung in Zukunft potentiell wieder beim Anbieter** erfolgen, direkt über KI-Agenten – ohne klassische Plattformen – vorausgesetzt das Angebot ist semantisch aufbereitet (maschinenlesbar).

# Chancen, Herausforderungen und Risiken

## Chancen für touristische KMU

Ein weiterer Vorteil der generativen KI liegt in der Möglichkeit, **Angebote und Erlebnisse individuell auf die Bedürfnisse der Gäste** zuzuschneiden.

Maßgeschneiderte Empfehlungen, personalisierte Reisepläne und gezielte Marketingbotschaften erhöhen die Zufriedenheit und Bindung der Kunden. Zudem können KMU durch mehrsprachige und kulturell angepasste Inhalte **neue internationale Zielgruppen erschließen und ihre Marktpräsenz ausbauen.**

Auch im Bereich des nachhaltigen Tourismus bietet generative KI wertvolle Unterstützung: Besucherströme lassen sich analysieren und steuern, sodass eine bessere Verteilung der Gäste und die Entlastung von Hotspots möglich wird. **KI-gestützte Analysen liefern darüber hinaus wichtige Einblicke in Buchungsverhalten, Zielgruppentrends und die Resonanz auf Angebote,** was datenbasierte Entscheidungen in Preisgestaltung und Angebotsentwicklung erleichtert.

Nicht zuletzt ermöglicht die automatisierte Gästekommunikation – etwa über Chatbots, Mailings oder Social Media – einen **konsistenten und professionellen Auftritt, auch mit begrenzten Ressourcen und rund um die Uhr.** Voraussetzung für diese Erfolge sind strukturierte, aktuelle und semantisch lesbare Daten sowie ein strategischer Ansatz, der Chancen und Herausforderungen gleichermaßen berücksichtigt.

Insgesamt können KMU, die generative KI frühzeitig und gezielt einsetzen, ihre **Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig stärken, den digitalen Reifegrad erhöhen und die Gästeerfahrung verbessern** – ohne dabei den eigenen Charakter und die persönliche Note zu verlieren.

# Chancen, Herausforderungen und Risiken

## Herausforderungen für touristische KMU



Die Einführung generativer KI stellt touristische KMU vor einige zentrale Herausforderungen, eröffnet aber zugleich große Chancen. Technisch fehlt es vielen Betrieben an moderner IT-Infrastruktur, interoperablen Systemen und strukturierten, maschinenlesbaren Daten. Besonders **ältere IT-Systeme sind oft nicht kompatibel mit KI-Lösungen** und erfordern zusätzliche Anpassungen.

Organisatorisch mangelt es häufig an IT-Fachkräften, digital geschultem Personal sowie Zeit und Budget für die Einführung neuer Technologien. Die **Integration von generativer KI verlangt zudem Anpassungen** in Arbeitsabläufen und Verantwortlichkeiten.

Ein weiteres Hindernis ist der **mangelnde Zugang zu Wissen über verfügbare KI-Lösungen und rechtliche Rahmenbedingungen** wie Datenschutz und Haftung. Die hohe Dynamik der KI-Entwicklung sorgt zusätzlich für Unsicherheit.

# Chancen, Herausforderungen und Risiken

## Herausforderungen für touristische KMU

Auch kulturelle Barrieren spielen eine Rolle: Manche **Betriebe fürchten den Verlust an Authentizität und persönlicher Gästebetreuung** durch zu viel Automatisierung. Gerade im Tourismus ist die Balance zwischen technischer Effizienz und menschlicher Nähe entscheidend.

Damit einher geht auch die Angst vor Veränderung: Führungskräfte müssen den **Prozess des technologischen Wandels aktiv mitgestalten**, indem sie genau analysieren, wo und in welchem Umfang KI-Technologien eingesetzt werden können. Dabei ist es wichtig, dass die Beschäftigten verstehen, dass generative KI nicht zwangsläufig ihre Arbeitsplätze ersetzen, sondern ihnen hilft, repetitive Aufgaben zu automatisieren und **mehr Freiraum für kreative und strategische Tätigkeiten** zu schaffen. Diese Technologien helfen den Beschäftigten, effizienter zu arbeiten, ohne ihre Fähigkeiten und Kompetenzen zu entwerten.

Zudem erschweren **fragmentierte oder veraltete Daten sowie hohe Datenschutzanforderungen die zuverlässige Nutzung von generativer KI**. Die Integration in bestehende Prozesse ist oft komplex und kann zusätzliche Kosten verursachen.

Trotz dieser Hürden sind die Herausforderungen überwindbar. Ein schrittweiser Einstieg, etwa mit kleinen Pilotprojekten, die **Priorisierung der Datenpflege**, regelmäßige Schulungen und der Austausch mit anderen Betrieben erleichtern den Start. **Transparente Prozesse und die regelmäßige Überprüfung automatisierter Inhalte sichern Datenschutz und Qualität**. Wer diese Herausforderungen aktiv angeht, kann das Potenzial generativer KI voll ausschöpfen und die Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig stärken.

# Chancen, Herausforderungen und Risiken

## Risiken für touristische KMU

So groß die Chancen durch generative KI im Tourismus auch sind – sie gehen mit relevanten Risiken einher, die touristische KMU kennen und aktiv managen sollten. Unreflektierter Einsatz oder fehlende Kontrolle kann nicht nur das Vertrauen von Gästen beeinträchtigen, sondern auch rechtliche und wirtschaftliche Folgen nach sich ziehen.

Ein **zentrales Problem ist die mangelnde Transparenz**: Oft ist nicht nachvollziehbar, wie KI-Systeme zu ihren Entscheidungen oder Empfehlungen kommen. Fehlerhafte oder verzerrte Inhalte können die Gästeerfahrung beeinträchtigen und im schlimmsten Fall sogar diskriminierend wirken. Auch der Datenschutz stellt eine Herausforderung dar, da viele KI-Anwendungen personenbezogene Daten verarbeiten. Es ist daher unerlässlich, hohe Datenschutzstandards einzuhalten und eine DSGVO-konforme Verarbeitung sicherzustellen.

Ein weiteres Risiko betrifft die Qualität der generierten Inhalte. KI-basierte Informationen können ungenau oder veraltet sein, besonders wenn sie auf fehlerhaften Daten beruhen. Das kann zu Fehlinformationen, Beschwerden oder sogar Haftungsfragen führen. Zudem besteht die Gefahr, dass durch vollständig automatisierte Kommunikation der persönliche Bezug zum Gast verloren geht – ein wichtiger Erfolgsfaktor gerade für kleine Betriebe.

Schließlich sollten KMU die **Abhängigkeit von großen KI-Plattformen** im Blick behalten. Ohne eigene Daten- und Technologieressourcen besteht das Risiko, langfristig an Selbstbestimmung zu verlieren. Insgesamt erfordern diese Risiken ein bewusstes und verantwortungsvolles Vorgehen, klare Regeln und technisches Know-how, um die Chancen generativer KI sicher und erfolgreich zu nutzen.

# Zukunftsfragen

## für das eigene Unternehmen



Diese Zukunftsfragen helfen Ihnen, die nächsten Schritte im eigenen Betrieb zu reflektieren und konkrete Handlungen abzuleiten:

- 1.** Wie können wir unsere digitalen Inhalte (z. B. Öffnungszeiten, Angebote, Preise) so strukturieren und aktuell halten, dass sie von KI-Systemen optimal gefunden und verarbeitet werden?
- 2.** Welche wiederkehrenden Aufgaben in unserem Betrieb könnten wir durch KI-Tools effizienter oder automatisiert erledigen – und wie entlasten wir damit unser Team?
- 3.** Wie können wir unsere Gästekommunikation durch Chatbots oder KI-gestützte Systeme verbessern, ohne dabei an Authentizität und persönlicher Note zu verlieren?
- 4.** Welche Daten und Prozesse müssen wir besonders im Blick behalten, um Datenschutz und Datensicherheit bei der Nutzung von KI-Lösungen zu gewährleisten?
- 5.** Wie können wir unsere Angebote mithilfe von generativer KI individueller und zielgruppenspezifischer gestalten, um neue Gästegruppen anzusprechen und die Bindung zu stärken?
- 6.** Welche praxisbewährten KI-Anwendungen aus der Branche könnten wir kurzfristig testen, um erste Erfahrungen zu sammeln und Hemmschwellen abzubauen?
- 7.** Wie können wir unser Team für den Umgang mit generativer KI fit machen – etwa durch gezielte Schulungen, interne Tests oder Austausch mit anderen Betrieben?
- 8.** Welche Schnittstellen und offenen Datenquellen könnten wir nutzen, um unsere Sichtbarkeit und Anschlussfähigkeit im digitalen Ökosystem zu erhöhen?
- 9.** Wie können wir den Einsatz von generativer KI so gestalten, dass Nachhaltigkeit und regionale Wertschöpfung gestärkt werden – etwa durch optimierte Besucherlenkung oder ressourcenschonende Prozesse?
- 10.** Wie messen und bewerten wir den Erfolg unserer KI-Initiativen, um daraus kontinuierlich zu lernen und unsere Strategie anzupassen?

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Handlungsempfehlungen

## für touristische KMU

- 1** **Mit einem klaren Ziel starten:** Beginnen Sie mit einem einfachen, messbaren Anwendungsfall – zum Beispiel einem KI-Chatbot für Gästefragen oder automatisierten Social-Media-Posts. Kleine Pilotprojekte fördern Wissen und Vertrauen.
- 2** **Daten & Angebote gut strukturieren:** Gepflegte, aktuelle, maschinenlesbare Informationen (z. B. Öffnungszeiten, Preise, Metadaten) bilden das Fundament für jede KI-Anwendung. Nur mit klaren, konsistenten Daten können Systeme zuverlässig arbeiten.
- 3** **Mitarbeitende einbeziehen:** Schaffen Sie ein Grundverständnis im Team, organisieren Sie Tests und Schulungen. Generative KI soll als Werkzeug gesehen werden, das Kreativität stärkt, nicht ersetzt.
- 4** **Echtheit bewahren:** Automatisierte Texte und Antworten wirken nur dann überzeugend, wenn Tonalität und Stil zu Ihrem Betrieb passen. Menschliche Kontrolle bleibt Pflicht.
- 5** **Datenschutz ernst nehmen:** Seien Sie transparent, wenn generative KI eingesetzt wird, und achten Sie strikt auf DSGVO-Standards. Nutzen Sie nur Tools, die verlässlich mit sensiblen Gästedata umgehen.

# Handlungsempfehlungen

## für touristische KMU

- 6** **Offene Schnittstellen nutzen:** Setzen Sie auf Systeme mit API-Anbindung. So können Sie bei Bedarf weitere Plattformen, Buchungs- oder Übersetzungsdienste flexibel einbinden.
- 7** **Qualität sichern:** Automatisierte Inhalte sollten regelmäßig geprüft und aktuell gehalten werden – von Tourenbeschreibungen bis FAQ-Antworten.
- 8** **Erfahrungen teilen:** Dokumentieren Sie Erfolge, Hürden und Prompts. Ein Austausch mit anderen Betrieben hilft, typische Stolperfallen zu vermeiden.
- 9** **Einfach ausprobieren:** Die intuitive Bedienung von Large Language Modellen (LLM) in natürlicher Sprache im Dialog macht es einfach, die Systeme auszuprobieren und zu testen, was man damit ohne Vorwissen schon selbst in kurzer Zeit erreichen kann.
- 10** **Strategisch denken:** Verankern Sie generative KI langfristig in Ihrer digitalen Gesamtstrategie und legen Sie fest, welche Ziele Sie damit erreichen wollen. So wird aus ersten Tests ein echter Innovationsimpuls, der Sie von Mitbewerbern abhebt.

# Fazit & Ausblick

## von generativer KI

### Generative KI verändert die Spielregeln im Tourismus grundlegend:

Sie beeinflusst, wie Reisen geplant, gebucht und erlebt werden. Für kleine und mittlere Tourismusbetriebe entstehen daraus **neue Chancen**, aber auch **neue Anforderungen**. Wer sich offen und aktiv mit der Technologie auseinandersetzt, profitiert von mehr Effizienz, größerer Sichtbarkeit und einer zeitgemäßen Ansprache der Gäste – ohne dabei den persönlichen Charakter des eigenen Angebots zu verlieren.

Der Einstieg in generative KI ist leichter als gedacht, sofern Neugier, Offenheit und ein klarer Nutzenfokus vorhanden sind. Die Technologie sollte dabei nicht als Bedrohung, sondern als **unterstützendes Werkzeug** verstanden werden, das den Betrieb stärkt und neue Möglichkeiten eröffnet. Trotz aller Automatisierung bleibt das **persönliche, authentische Erlebnis der wichtigste Erfolgsfaktor** – gerade für kleine Anbieter, die oft näher an ihren Gästen und flexibler in der Umsetzung sind als große Ketten oder Plattformen.

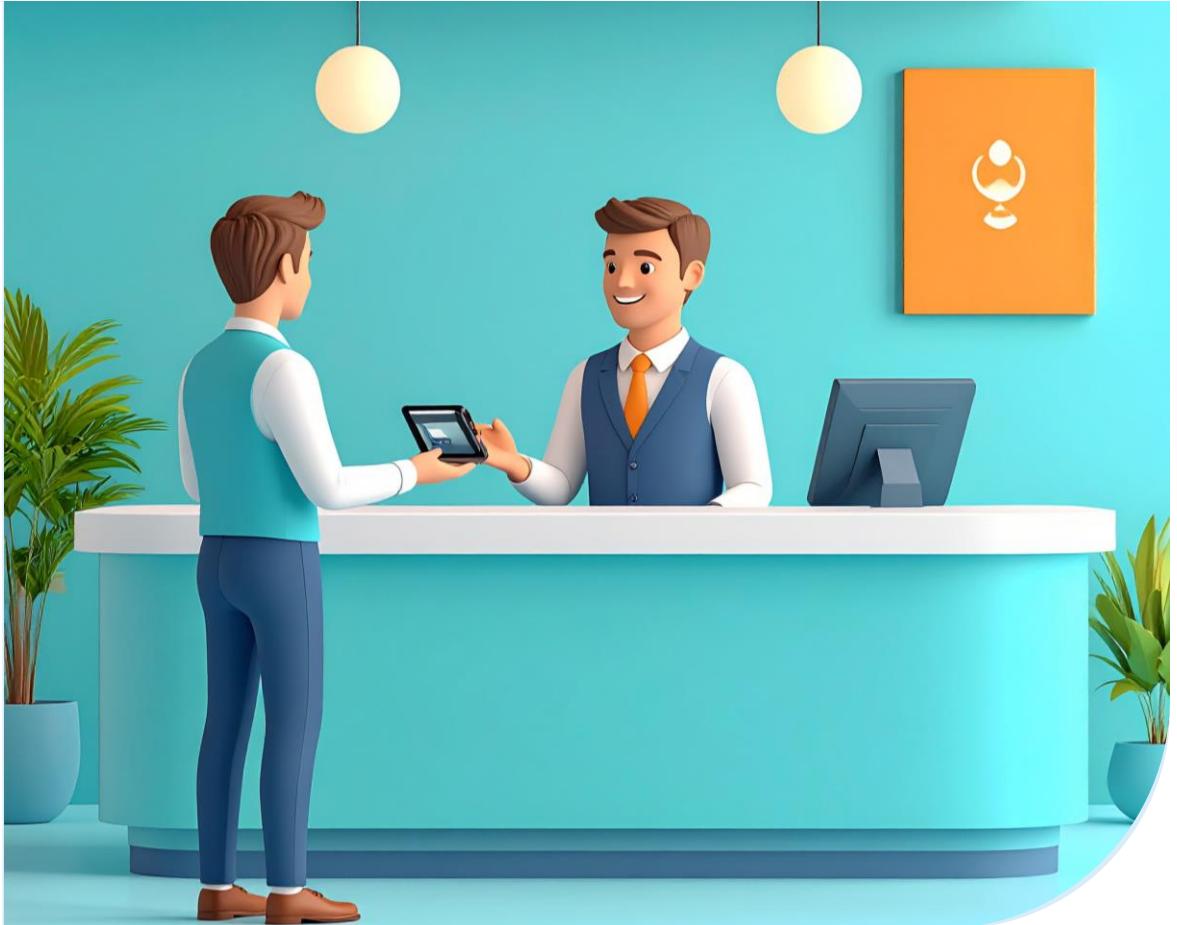
Für KMU empfiehlt es sich, **mit kleinen, klar abgegrenzten Pilotprojekten zu starten** – etwa einem smarten Chatbot, automatisierten Übersetzungen oder einer KI-gestützten Gästeanalyse. Wer seine Daten gut pflegt und die **Mitarbeitenden im Umgang mit generativer KI befähigt**, schafft Vertrauen und bleibt glaubwürdig. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Gästedaten und Transparenz im Einsatz von generativer KI stärken zusätzlich das Vertrauen der Gäste.

# Fazit & Ausblick

## von generativer KI

Die Wettbewerbsvorteile liegen auf der Hand: Generative KI übernimmt Routineaufgaben, beschleunigt Prozesse und schafft mehr Zeit für echten Service. Angebote können dynamisch an Gästewünsche und Auslastungssituationen angepasst werden. Gerade KMU können so ihre Stärken – Nähe zum Gast, Flexibilität und regionale Verwurzelung – noch sichtbarer machen und neue Märkte erschließen. Die Technik ist da, die ersten Praxisbeispiele funktionieren – jetzt braucht es Neugier, Mut und ein klares Ziel.

Die Potenziale generativer KI im Tourismus sind enorm, entfalten sich aber nur durch aktives Handeln. Die vorgestellten Beispiele zeigen: In jedem Bereich der Reisekette kann generative KI echten Mehrwert schaffen. Wer generative KI als Partner begreift und gezielt einsetzt, bleibt auch in Zukunft erfolgreich – persönlich, nahbar und professionell.



# Glossar

**AGI (Artificial General Intelligence):** Eine hypothetische Form künstlicher Intelligenz, die menschenähnliches Denken und Problemlösen ermöglicht. Derzeit nicht marktreif.

**AIO (AI Optimization):** Maßnahmen zur übergeordneten Optimierung von Daten, Inhalten und Prozessen für eine bestmögliche Nutzung durch verschiedene KI-Systeme von der Bilderkennung bis zu Empfehlungssystemen.

**API (Application Programming Interface):** Programmierschnittstelle, über die verschiedene Softwareanwendungen miteinander kommunizieren und Daten austauschen können.

**Chatbot:** Ein textbasierter digitaler Assistent, der automatisiert auf schriftliche Anfragen reagiert – regelbasiert oder KI-gestützt.

**Datensouveränität:** Die Hoheit über die eigenen Daten. Für KMU bedeutet das: Nur so viele Daten erheben, wie nötig, und klar Regeln, wer Zugriff hat. Ein bewusster Umgang ist gerade bei KI-Anwendungen Pflicht.

**Generative KI (gen KI):** Künstliche Intelligenz, die eigenständig neue Inhalte wie Texte, Bilder, Videos oder Audiodateien erzeugen kann.

**GEO (Generative Engine Optimization):** Maßnahmen zur Optimierung von Inhalten für KI-gestützte Systeme, damit diese von großen Sprachmodellen besser erkannt, verarbeitet und ausgespielt werden.

**KI-Agent:** Ein autonom handelndes digitales System, das Aufgaben eigenständig übernimmt, Entscheidungen trifft und auf Nutzer:innen reagiert.

**Knowledge Graph / Wissensdatenbank:** Strukturierte Sammlung von Informationen, auf die eine KI zugreifen kann. Je besser gepflegt, desto verlässlicher die Ergebnisse.

**Large Language Model (LLM):** Großes Sprachmodell, das durch maschinelles Lernen auf großen Textmengen trainiert wurde und natürlichsprachliche Antworten erzeugen kann.

**Large Language Model Optimization (LLMO):** Spezifische Anpassungen von Texten und Daten, damit sie effektiv von großen Sprachmodellen genutzt und richtig eingeordnet werden können in etwa durch gezielte Sprachstruktur, Klarheit und Kontexttiefe.

**Multimodalität:** Die Fähigkeit eines KI-Systems, mehrere Informationskanäle gleichzeitig zu verarbeiten und zu kombinieren – etwa Sprache, Bild und Text.

**Prompt:** Eine konkrete Eingabe, mit der eine generative KI gesteuert wird. Gute Prompts führen zu passgenauen Ergebnissen – etwa bei Textvorschlägen für Inserate oder Chatbot-Antworten.

**PWA (Progressive Web App):** Eine Progressive Web App (PWA) ist eine moderne Webanwendung, die wie eine native App funktioniert und Vorteile wie Offline-Nutzung, Installierbarkeit und Push-Benachrichtigungen bietet.

**Retrieval-Augmented Generation (RAG):** Technik, bei der eine KI auf externe, geprüfte Daten zugreift, um präzise Antworten zu geben. Verhindert, dass KI „Halluzinationen“ erfindet. Besonders wichtig bei Chatbots mit Reisezielinfos.

**SEO (Search Engine Optimization):** Maßnahmen zur Optimierung von Webinhalten für eine bessere Auffindbarkeit in Suchmaschinen.

**Super-App:** Eine Anwendung, die viele Services bündelt – von Inspiration über Buchung bis Bezahlung. Im Tourismus wächst der Trend, solche Funktionen KI-gestützt in einem Kanal zu vereinen.

**Use Case:** Ein konkretes Anwendungsbeispiel für eine Technologie im Betrieb. Für KMU wichtig, um Potenziale realistisch zu prüfen.

**Voicebot:** Ein sprachgesteuerter digitaler Assistent, der Fragen beantwortet, Informationen vermittelt oder Serviceprozesse unterstützt.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# Vielen Dank!

Weitere Trendreports finden sie unter:  
[www.digitalzentrum-tourismus.de/materialien](http://www.digitalzentrum-tourismus.de/materialien)



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Impressum

## Redaktion:

### ***Oliver Puhe***

- Center for Innovation & Sustainability in Tourism (CIST), [puhe@cist.de](mailto:puhe@cist.de)

### ***Benno Grüssel***

- Center for Innovation & Sustainability in Tourism (CIST), [gruessel@cist.de](mailto:gruessel@cist.de)

### ***Denise Engelhardt***

- Center for Innovation & Sustainability in Tourism (CIST), [engelhardt@cist.de](mailto:engelhardt@cist.de)

### ***Thomas Pawlyta***

## Verantwortlich für den Inhalt von Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus gemäß § 5 TMG:

Der Mittelstand, BVMW e.V.

Bundeszentrale

Potsdamer Straße 7

10785 Berlin

## Verantwortlicher i.S.v. § 5 TMG: Lutz Kordges, Pressesprecher des BVMW

Vereinsregister Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz  
USt.-ID-Nr. DE 230883382

## Vertreten durch den Vorsitzenden der Bundesgeschäftsleitung i.S.v. §26

**BGB:** Senator a. D. Christoph Ahlhaus

Telefon: +49 30 533206-0

E-Mail: [info@bvmw.de](mailto:info@bvmw.de)

## Bild und Textnachweise:

Die Grafiken wurden mit Hilfe von generativen KI erstellt und überarbeitet (Tool: Adobe Firefly). In den Metadaten der Bilder sind die Content Credentials jeweils enthalten.

Bild, S. 5: Bild von [Angela](#) auf Pixabay

Bild, S. 13: Bild von [NoName\\_13](#) auf Pixabay

Bild, S. 26: Bild von [Michi](#) auf Pixabay

Die Texte wurden von der Redaktion mit Hilfe von generativer KI überarbeitet.

## Haftungsausschluss:

Für den Inhalt der aufgeführten Links oder derjenigen, auf die weiter verwiesen wird, übernehmen wir keine Haftung, sofern wir nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln.

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Mittelstand-  
Digital

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages