

TRENDREPORT

KI-Agenten im Tourismus

Wie autonome KI-Systeme die Tourismusbranche verändern



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Inhalt

Einleitung	3
Definition: Was sind KI-Agenten?	4
Relevanz für Tourismusbetriebe	6
Praxisbeispiele: Micro-Trends für KI-Agenten im Tourismus	7
Direkter Einfluss auf Gäste & Märkte	8
Interne Unterstützung & Optimierung	14
Chancen und Risiken von KI-Agenten im Tourismus	18
Handlungsempfehlungen	20
Zukunftsfragen	22
Fazit & Ausblick	23

Einleitung

Die Art und Weise, wie Menschen Reisen planen, buchen und erleben, steht vor einem tiefgreifenden Wandel. Während generative Künstliche Intelligenz (KI) in den vergangenen Jahren vor allem die Erstellung von Texten, Bildern und Marketinginhalten vereinfacht hat, zeichnet sich nun ein neuer Paradigmenwechsel ab: der Aufstieg der sogenannten KI-Agenten – auch bekannt als Agentic AI.

Anders als herkömmliche KI-Anwendungen, die auf eine Eingabe reagieren und ein Ergebnis liefern, **können KI-Agenten eigenständig handeln**. Sie verstehen komplexe Aufgaben, planen mehrstufige Abläufe und führen diese aus – **ohne bei jedem Schritt auf menschliche Anweisungen angewiesen zu sein**. Für die Tourismusbranche, die von vielen kleinteiligen Prozessen, saisonalen Schwankungen und hohen Erwartungen an Individualität geprägt ist, eröffnet das enorme Chancen.

Dieser Trendreport richtet sich gezielt an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Tourismus – von Hotels und Unterkünften über Restaurants und Freizeitanbieter bis hin zu Destinationsorganisationen und Reiseveranstaltern.

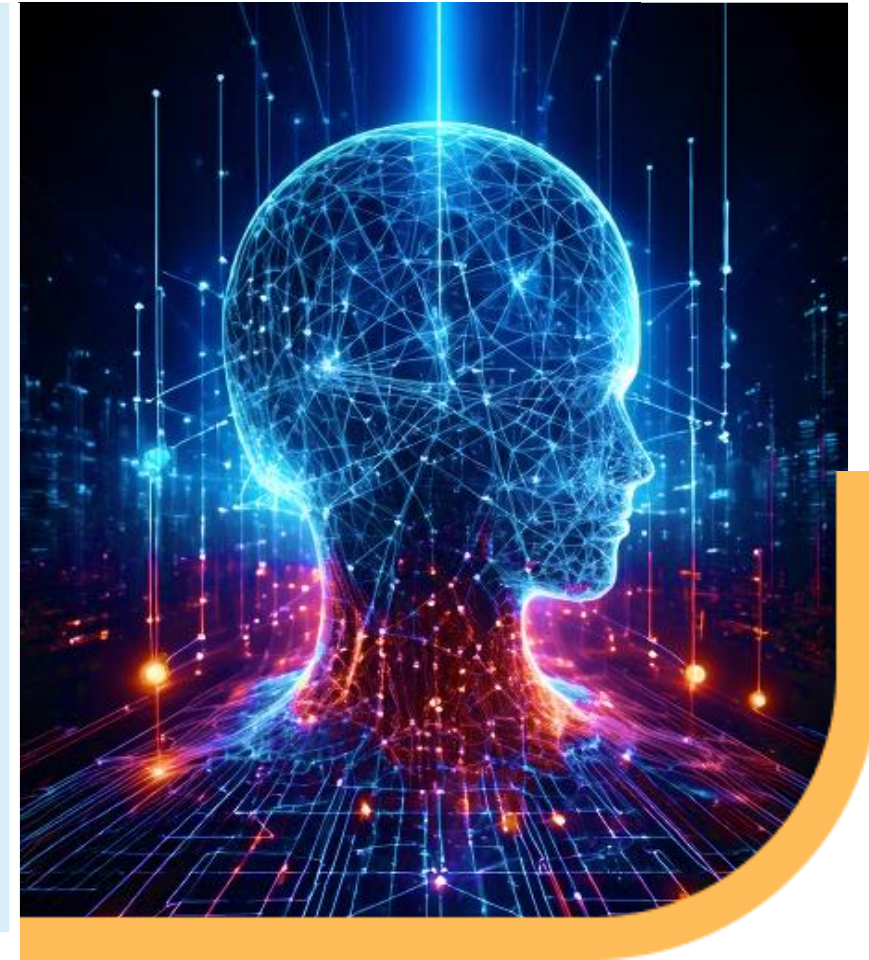
Er bietet eine praxisnahe Einordnung des Trends, stellt zehn ausgewählte Anwendungsbeispiele vor und leitet daraus konkrete Handlungsempfehlungen ab. Ziel ist es, **Orientierung zu geben, Inspiration zu liefern und den Einstieg in das Thema KI-Agenten zu erleichtern** – ohne technische Vorkenntnisse vorauszusetzen.

Definition

Was sind KI-Agenten?

KI-Agenten sind **autonome, intelligente Softwaresysteme**, die entwickelt werden, um spezifische Aufgaben ohne direkte menschliche Intervention auszuführen. Diese digitalen Einheiten sind so konzipiert, dass sie **komplexe Aufgaben selbstständig ausführen, Entscheidungen treffen und mit ihrer Umgebung interagieren** können. Sie nutzen fortgeschrittene Technologien wie maschinelles Lernen und natürliche Sprachverarbeitung, um Daten zu sammeln, zu analysieren und auf dieser Grundlage Maßnahmen zu ergreifen.

Ein besonderes Merkmal von KI-Agenten ist ihre Fähigkeit, sich in Multi-Agenten-Systemen zu vernetzen, um komplexe Aufgaben zu bewältigen, große Datenmengen zu analysieren oder autonome Systeme zu steuern. Die Zukunft gehört kollaborativen Multi-Agenten-Systemen, die **physische und digitale Welten nahtlos verbinden**. Die Evolution der Maschine-zu-Maschine-Kommunikation ist besonders transformativ: Traditionelle M2M-Interaktionen waren regelbasiert und starr. Mit Agentic AI entwickelt sich dies zu Agent-to-Agent-Kommunikation (A2A) – semantisch, kontextbezogen und adaptiv.





Definition

Was sind KI-Agenten?

Abgrenzung: Generative KI vs. KI-Agenten

Merkmal	Generative KI	KI-Agenten
Arbeitsweise	Reagiert auf Eingabe	Handelt eigenständig
Aufgabenumfang	Einzelaufgabe	Mehrstufige Prozessketten
Planung	Keine Planung	Plant und priorisiert
Interaktion	Mensch gibt Befehle	Agent agiert autonom
Lernfähigkeit	Begrenzt	Kontextbasiert, adaptiv
Beispiel	Texterstellung auf Anfrage	Buchung, Analyse, Ausführung

Treiber der Entwicklung

Fortschritte bei Large Language Models (LLMs):

LLMs bilden das Fundament vieler KI-Agenten und ermöglichen eine natürlichere, menschenähnlichere Interaktion. Sie verstehen Kontext, erkennen Absichten und können mehrdeutige Anfragen interpretieren.

Verbesserte Tools-Integration: KI-Agenten können zunehmend mit externen Tools und APIs interagieren, was ihnen ermöglicht, konkrete Aktionen auszuführen – etwa Buchungen vorzunehmen, Daten abzurufen oder Berichte zu erstellen.

Fortschritte in der natürlichen Sprachverarbeitung (NLP):

Verbesserungen in der NLP-Technologie führen zu intuitiveren Interaktionen und ermöglichen es den Agenten, komplexere Aufgaben in mehreren Sprachen zu bewältigen.

Relevanz für die Tourismusbranche

Die Tourismusbranche ist eine der Branchen, die am stärksten von KI-Agenten profitieren kann. Dafür gibt es mehrere Gründe, die unmittelbar mit den Strukturen und Herausforderungen des Sektors zusammenhängen.

- **Hoher Anteil an Routineaufgaben:** Buchungsanfragen, Check-in-Prozesse, Rechnungsstellungen, E-Mail-Beantwortung, Bewertungsmanagement – ein erheblicher Teil der täglichen Arbeit in touristischen Betrieben besteht aus wiederkehrenden Aufgaben, die KI-Agenten autonom übernehmen können.
- **Arbeits- und Fachkräftemangel:** Touristische KMU kämpfen besonders stark mit dem Arbeits- und Fachkräftemangel. KI-Agenten können Teams entlasten, indem sie Hintergrundprozesse automatisieren und Mitarbeitenden mehr Zeit für die persönliche Gästebetreuung verschaffen.
- **Erwartung an Personalisierung:** Gäste erwarten zunehmend individualisierte Erlebnisse. KI-Agenten können Gästeprofile auswerten, Präferenzen erkennen und maßgeschneiderte Empfehlungen in Echtzeit liefern – vom Zimmerservice bis zur Ausflugsplanung.
- **Agentic Booking:** Die nächste Entwicklungsstufe digitaler Reisebuchung, bei der KI-Agenten die Planung weitgehend automatisieren. Sie analysieren individuelle Vorlieben, Budgetgrenzen und frühere Reisen, vergleichen Angebote in Echtzeit und können – je nach Freigabe – eigenständig buchen. Für Gäste entsteht ein deutlich schnellerer, komfortablerer und stärker personalisierter Buchungsprozess.
- **Vielsprachigkeit und 24/7-Erreichbarkeit:** Touristische Betriebe bedienen internationale Gäste rund um die Uhr. KI-Agenten können in Dutzenden Sprachen kommunizieren und sind nie im Feierabend – ein klarer Vorteil gegenüber klassischen Servicemodellen.



Praxisbeispiele

Micro-Trends für KI-Agenten im Tourismus

Die folgenden zehn Praxisbeispiele zeigen, wie KI-Agenten bereits heute in unterschiedlichen Bereichen eingesetzt werden – und was touristische KMU daraus für ihren eigenen Betrieb ableiten können. Jedes Beispiel wird durch eine Beschreibung, eine Ableitung für KMU und eine Zukunftsfrage ergänzt.

Direkter Einfluss auf Gäste & Märkte

KI-Agenten in diesem Bereich wirken unmittelbar auf die Interaktion mit Gästen und die Wahrnehmung von Angeboten. Sie unterstützen entlang der Customer Journey – von der Inspiration über die Buchung bis zum Aufenthalt – und beeinflussen damit direkt Entscheidungen, Serviceerlebnisse und Nachfrage.

Interne Unterstützung & Optimierung

Diese KI-Agenten arbeiten im Hintergrund und unterstützen betriebliche Prozesse. Sie helfen dabei, Daten auszuwerten, Abläufe zu automatisieren und fundierte Entscheidungen zu treffen – und schaffen so die Grundlage für effizientere Strukturen und bessere Angebote.

KI-Agenten für automatisierte Reisebuchungen

Praxisbeispiele: Direkter Einfluss auf Gäste & Märkte

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

Sind unsere Angebote so strukturiert und digital verfügbar, dass KI-basierte Buchungsagenten sie finden, vergleichen und buchen können?

Beschreibung

Große Reisekonzerne setzen zunehmend auf KI, um den Buchungsprozess zu vereinfachen. Die KI fasst Rezensionen zusammen, liefert Objektinformationen und hilft Interessierten, schneller zu entscheiden. Apps integrieren die Buchung von Hotels, Flügen und Mietwagen und bieten Funktionen wie Zielvergleiche und flexible Datumssuche. Durch den Einsatz von virtuellen KI-Agenten steigern Plattformen zudem ihre Effizienz erheblich.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU sollten ihre eigenen Buchungsprozesse auf KI-Tauglichkeit prüfen. Selbst ohne eigene KI-Entwicklung können sie sicherstellen, dass ihre Angebote für KI-Agenten auffindbar und buchbar sind – durch strukturierte Daten, aktuelle Verfügbarkeiten und offene Schnittstellen. Wer heute seine digitale Infrastruktur vorbereitet, wird morgen von der Agentic-Booking-Welle profitieren.



KI-Concierge für personalisierte Gästerlebnisse

Praxisbeispiele: Direkter Einfluss auf Gäste & Märkte



Beschreibung

Eine KI-gestützte Concierge-Lösung kombiniert natürliche Sprachverarbeitung mit zentral gebündelten Gästeprofilaten, um individuelle Empfehlungen, Services und Anliegen in Echtzeit bereitzustellen – vom Zimmerservice, Touren über Spa-Buchungen bis zu lokalen Tipps. Über Website, App und In-Room-Tablet begleitet der KI-Concierge Gäste kontextbezogen durch ihren Aufenthalt. Die Zusammenführung bisher getrennter Systeme schafft eine einheitliche Datenbasis, mit der Betriebe Serviceprozesse optimieren und persönliche Gästerlebnisse gestalten können.

Ableitung für touristische KMU

Auch für kleinere Hotels und Pensionen bieten KI-Concierge-Lösungen großes Potenzial. Bereits mit einer einfachen Chatbot-Integration auf der eigenen Website oder einem Tablet im Zimmer können Gäste rund um die Uhr individuelle Empfehlungen erhalten – etwa für Restaurants, Wanderwege oder Veranstaltungen in der Region. So entsteht ein personalisiertes Erlebnis, ohne zusätzliches Personal einsetzen zu müssen.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

Wie können wir unsere bestehenden Gästedaten nutzen, um über einen KI-Concierge automatisiert individuelle Empfehlungen auszuspielen – und dadurch das Gästerlebnis spürbar zu verbessern?

KI-Agenten als persönliche Buchungsassistenten

Praxisbeispiele: Direkter Einfluss auf Gäste & Märkte

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

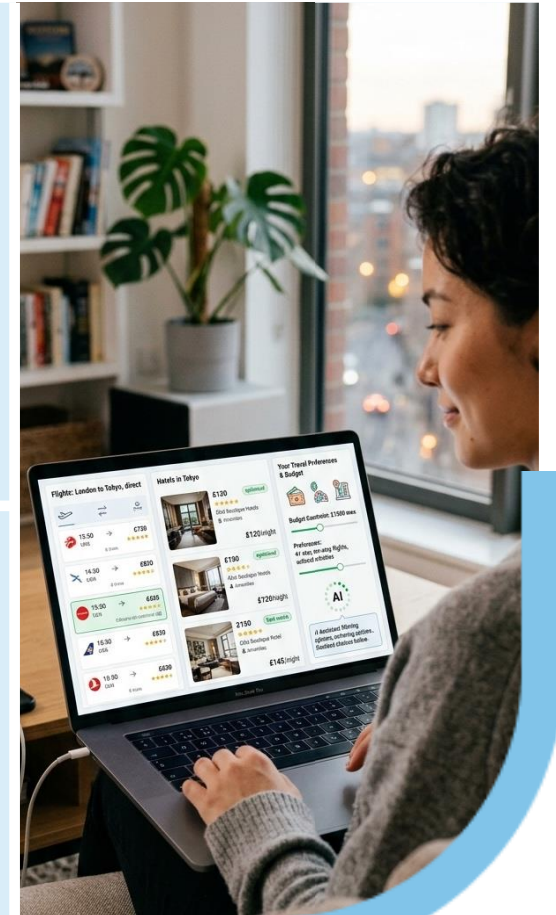
Sind unsere Angebote so aufbereitet, dass ein KI-Agent eines potenziellen Gastes sie eigenständig finden, bewerten und buchen kann?

Beschreibung

Große Zahlungsdienstleister lancieren KI-gestützte Plattformen, die es ermöglichen, persönliche KI-Assistenten mit Aufgaben wie Urlaubsbuchungen oder Lebensmitteleinkäufen zu betrauen. Nutzende legen vorab ihre Präferenzen und Ausgabelimits fest. Darauf basierend erledigt der KI-Agent die Einkäufe, wobei Zahlungstechnologien wie Tokenisierung für Sicherheit und Vertrauen sorgen.

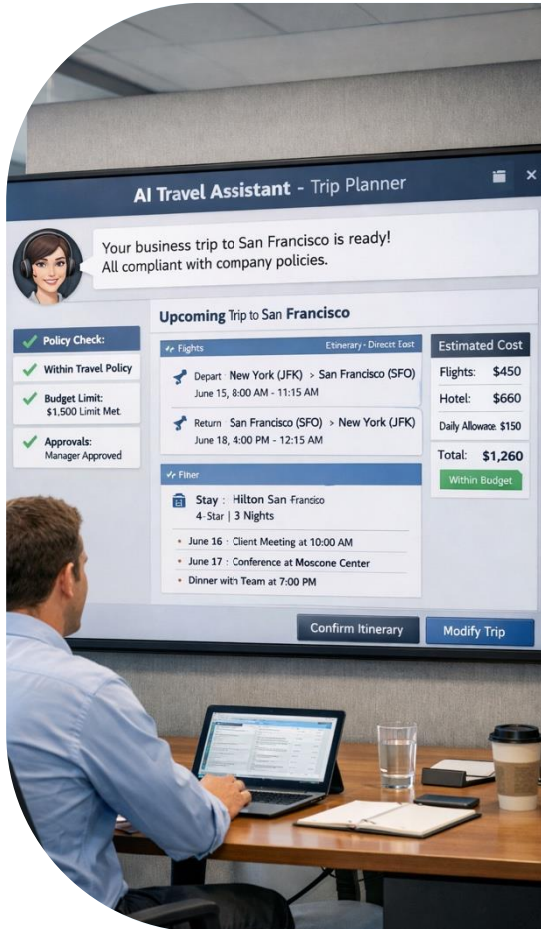
Ableitung für touristische KMU

Dieser Trend hat weitreichende Konsequenzen für touristische KMU. Wenn Gäste künftig ihre KI-Agenten mit der Urlaubsbuchung beauftragen, müssen touristische Angebote maschinenlesbar, über Schnittstellen zugänglich und in Echtzeit verfügbar sein. Betriebe sollten prüfen, ob ihre Buchungssysteme für diese neue Art der Interaktion vorbereitet sind.



KI-Agenten für Geschäftsreisemanagement

Praxisbeispiele: Direkter Einfluss auf Gäste & Märkte



Beschreibung

Ein Fahrdienstvermittler hat eine KI-gestützte Komplettlösung für Geschäftsreisen eingeführt. Die KI-Agenten automatisieren Richtlinienkontrolle, Ressourcempfehlungen und Reiseplanung, um repetitive manuelle Aufgaben zu eliminieren. Mitarbeitende können so bis zu 1,5 Arbeitstage pro Jahr sparen. Zudem werden versteckte Kosten durch dynamische Regeln wie strengere Rückerstattungsrichtlinien und detaillierte Ausgabenlimits gesenkt.

Ableitung für touristische KMU

Auch kleinere Reisebüros, Tagungshotels und Incoming-Agenturen können von automatisierten Geschäftsreise-Tools profitieren. KI-Agenten können die Reiseplanung für Firmenkunden vereinfachen, Kosten transparent machen und Richtlinien automatisch prüfen – ein klarer Wettbewerbsvorteil im B2B-Segment.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

Könnten wir unseren Firmenkunden ein KI-gestütztes Tool anbieten, das ihre Geschäftsreiseplanung vereinfacht und gleichzeitig ihre Richtlinien automatisch berücksichtigt?

KI-Agent für webbasierte Aufgabenausführung

Praxisbeispiele: Direkter Einfluss auf Gäste & Märkte

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

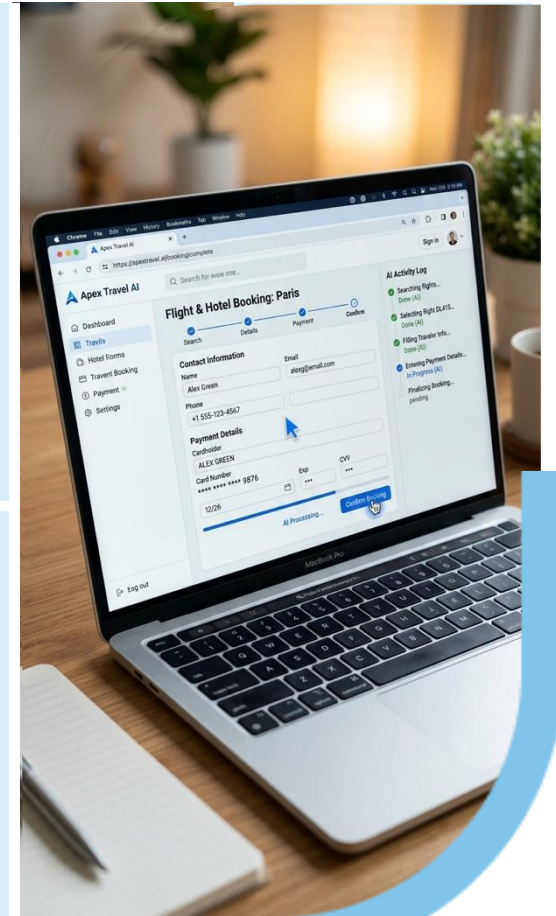
Ist unsere Website so gestaltet, dass ein KI-Agent sie problemlos navigieren, relevante Informationen finden und eine Buchung abschließen kann?

Beschreibung

Große Plattformen testen KI-Agenten, die als virtuelle Assistenten Aufgaben wie Online-Shopping, das Ausfüllen von Formularen oder Reisebuchungen im Internet selbstständig erledigen. Nutzende beschreiben einfach die gewünschte Aufgabe, können Arbeitsabläufe personalisieren und mehrere Aufgaben gleichzeitig ausführen lassen. Die Unternehmen steigern so das Kundenerlebnis und die Konversionsrate.

Ableitung für touristische KMU

Für touristische KMU bedeutet dies: Immer mehr potenzielle Gäste werden ihre Reiseplanung an KI-Agenten delegieren. Diese Agenten bewerten Websites nach Benutzerfreundlichkeit, verfügbaren Informationen und Buchbarkeit. Wer seine Website für maschinelle Interaktion optimiert, wird bevorzugt gebucht.



Automatisiertes Marketing mit KI-Agenten

Praxisbeispiele: Interne Unterstützung & Optimierung



Beschreibung

Neue KI-Agenten für Marketinganwendungen unterstützen bei Aufgaben wie Kampagnenmanagement, Kundensegmentierung und Personalisierung von Inhalten. Unternehmen können durch die Integration der KI-Agenten ihre Marketingprozesse effizienter gestalten und schneller auf Marktveränderungen reagieren. Langfristig könnte der Einsatz solcher KI-Agenten den gesamten Marketingbereich transformieren und neue Standards in der Kundenkommunikation setzen.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU können KI-Agenten nutzen, um ihre Social-Media-Präsenz, Newsletter und Werbekampagnen effizienter zu gestalten. Von der automatischen Erstellung saisonaler Angebote über die personalisierte Ansprache von Stammgästen bis zur datenbasierten Auswertung von Kampagnenerfolgen – KI-Agenten machen professionelles Marketing auch für kleine Teams möglich.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

Welche Marketingaufgaben in unserem Betrieb sind repetitiv genug, um sie einem KI-Agenten zu übertragen – und wo brauchen wir weiterhin menschlichen Einfluss?

KI-Agent für die Auswertung von Unternehmensdaten

Praxisbeispiele: Interne Unterstützung & Optimierung

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

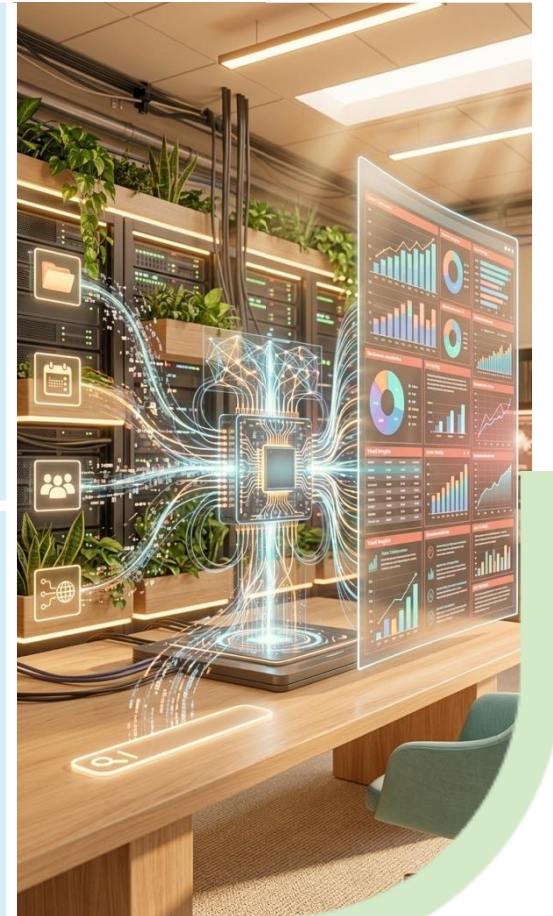
Welche Datenquellen nutzen wir im Betrieb – und wie könnten wir sie durch einen KI-Agenten zusammenführen, um bessere Entscheidungen zu treffen?

Beschreibung

Ein KI-Agent verschafft Unternehmen einfachen Zugang zu ihren Daten und erstellt daraus automatisch verständliche Berichte. Nutzende stellen einfache Fragen in Alltagssprache, und der Agent erstellt daraus klare Reports mit Empfehlungen. Er verbindet sich über vorhandene Schnittstellen mit genutzten Apps wie Finanzsoftware oder Cloud-Speichern, liest Daten aus, ordnet sie und bringt sie in ein gemeinsames Format.

Ableitung für touristische KMU

Für touristische KMU, die oft mit verstreuten Daten aus Buchungssystemen, Bewertungsportalen und Buchhaltungssoftware arbeiten, ist das hochrelevant. Ein KI-Agent könnte automatisch Auslastungsberichte erstellen, Umsatzentwicklungen visualisieren oder Preistrends aus dem Wettbewerbsumfeld zusammenfassen – alles per einfacher Sprachfrage.



KI-Avatare als virtuelle Teammitglieder

Praxisbeispiele: Interne Unterstützung & Optimierung



Beschreibung

Ein Getränkeunternehmen hat virtuelle KI-Kolleginnen und -Kollegen im Marketing eingeführt. Einer agiert als Markenbotschafter, ein anderer greift auf jahrzehntelange Markengeschichte zurück und unterstützt bei kreativen Ideen, Brainstormings und Agentur-Feedback. Eine weitere KI analysiert als kritische Marktanalytikerin komplexe Daten, Trends und Verbraucherinformationen und macht sie für alle Teams direkt zugänglich.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU können das Prinzip übertragen: Ein virtueller KI-Mitarbeiter, der das Wissen über die eigene Region, Unterkunft oder Destination bündelt, kann als Wissensmanager für das Team dienen – oder als Brainstorming-Partner für neue Angebote und Kampagnen. So wird institutionelles Wissen gesichert und leichter zugänglich.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

Könnte ein virtueller KI-Mitarbeiter unser Betriebswissen bündeln und das Team bei kreativen und analytischen Aufgaben unterstützen?

KI-Agenten für Compliance und Nachhaltigkeitsberichte

Praxisbeispiele: Interne Unterstützung & Optimierung

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

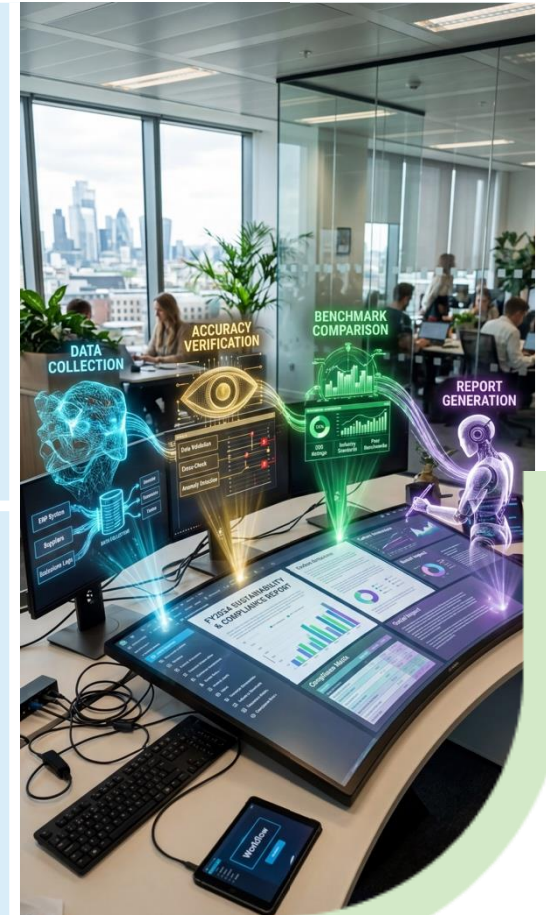
Wie können wir KI-Agenten nutzen, um unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung effizienter zu gestalten und gleichzeitig die Qualität und Glaubwürdigkeit der Daten zu erhöhen?

Beschreibung

KI-Plattformen unterstützen Firmen beim Erstellen von Nachhaltigkeitsberichten und beim Einhalten von Vorschriften. Mehrere digitale Agenten arbeiten zusammen: Einer sammelt Daten, ein anderer prüft diese auf Richtigkeit, ein dritter vergleicht sie mit Berichten anderer Firmen und ein weiterer erstellt passende Textbausteine. So entsteht Schritt für Schritt ein Bericht, der vollständig, verständlich und regelkonform ist.

Ableitung für touristische KMU

Für touristische KMU, die zunehmend Nachhaltigkeitsnachweise erbringen müssen – sei es für Zertifizierungen, Förderanträge oder Gästekommunikation – können KI-Agenten den Aufwand deutlich reduzieren. Anstatt manuell Daten zu Energieverbrauch, Abfall oder Lieferketten zusammenzutragen, übernimmt ein KI-Agent die Datenerfassung und Berichterstellung weitgehend automatisch.



KI-gestützte Analyse von Gästefeedback

Praxisbeispiele: Interne Unterstützung & Optimierung



Beschreibung

Eine Customer-Experience-Plattform fürs Gastgewerbe setzt einen KI-Coach ein, der Restaurants und Hotels hilft, Gästefeedback in umsetzbare Verbesserungen zu verwandeln. Der KI-Coach analysiert Daten aus Befragungen, um maßgeschneiderte Maßnahmen basierend auf Abläufen, Vorlieben und Markenstandards zu empfehlen. Mit kontinuierlichem Feedback wird das System immer präziser.

Ableitung für touristische KMU

Für Restaurants, Hotels und Freizeitanbieter bietet KI-gestütztes Feedbackmanagement die Chance, aus der Flut an Bewertungen auf Google, TripAdvisor und Booking.com systematisch zu lernen. Statt jede Bewertung einzeln zu lesen, kann ein KI-Agent Muster erkennen, Verbesserungspotenziale identifizieren und konkrete Maßnahmen vorschlagen.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

Nutzen wir unser Gästefeedback systematisch – und könnte ein KI-Agent uns helfen, aus Bewertungen schneller und gezielter Verbesserungen abzuleiten?

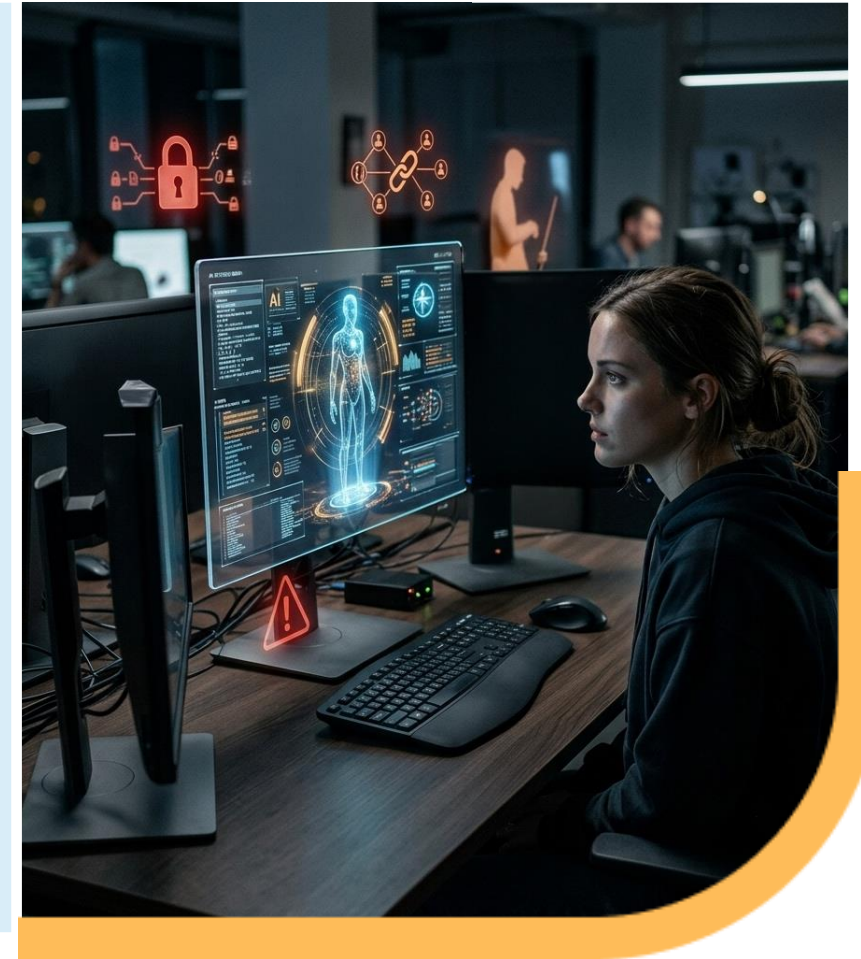
Chancen von KI-Agenten im Tourismus

- **Effizienzsteigerung:** Durch die Automatisierung von Routineaufgaben wie Buchungen, Anfragen oder Kundenservice können touristische Anbieter effizienter arbeiten und wertvolle Ressourcen einsparen. Mitarbeitende gewinnen Zeit für die persönliche Gästebetreuung.
- **Personalisierung im großen Maßstab:** KI-Agenten ermöglichen maßgeschneiderte Empfehlungen auf Basis von Gästepräferenzen, früheren Aufenthalten und Echtzeitdaten – ein Niveau an Individualisierung, das manuell kaum zu erreichen wäre.
- **24/7-Verfügbarkeit und Mehrsprachigkeit:** KI-Agenten sind rund um die Uhr verfügbar und können in zahlreichen Sprachen kommunizieren – ein enormer Vorteil für international ausgerichtete Betriebe.
- **Datengetriebene Entscheidungen:** KI-Agenten können Buchungsdaten, Wetterdaten, Markttrends und Gästebewertungen zusammenführen und daraus handlungsrelevante Empfehlungen ableiten – etwa zur dynamischen Preisgestaltung oder Angebotsentwicklung.
- **Wettbewerbsfähigkeit sichern:** Frühe Adopter von KI-Agenten verschaffen sich einen strategischen Vorsprung. Wer heute die digitale Infrastruktur aufbaut, profitiert morgen von der wachsenden Zahl an KI-gesteuerten Buchungen und Interaktionen.



Risiken von KI-Agenten im Tourismus

- **Datenschutz und Sicherheit:** KI-Agenten arbeiten mit sensiblen Gästedaten. Ohne robuste Datenschutzmaßnahmen und DSGVO-konforme Prozesse drohen rechtliche und reputative Risiken.
- **Verlust persönlicher Gastfreundschaft:** Eine zu starke Automatisierung kann dazu führen, dass der menschliche, persönliche Charakter eines Betriebs verloren geht. KI-Agenten sollten menschliche Interaktion ergänzen, nicht ersetzen.
- **Technische Abhängigkeiten:** Die Nutzung von KI-Agenten erfordert zuverlässige digitale Infrastruktur und stabile Internetverbindungen. Störungen können den Betrieb erheblich beeinträchtigen.
- **Kosten und Komplexität:** Obwohl die Einstiegshürden sinken, erfordern professionelle KI-Lösungen Investitionen in Software, Integration und Schulung. Nicht jede Lösung passt zu jedem Betrieb.
- **Ethische Fragen und Akzeptanz:** Nicht alle Gäste begrüßen den Umgang mit KI-Systemen. Transparenz darüber, wann ein KI-Agent und wann ein Mensch kommuniziert, ist essenziell für das Vertrauen der Gäste.



Handlungsempfehlungen für touristische KMU

Die folgenden zehn Schritte helfen touristischen KMU, das Thema KI-Agenten strategisch und praxisnah anzugehen – vom ersten Verständnis bis zur langfristigen Integration.

- 1 Grundverständnis aufbauen:**
Machen Sie sich mit den Grundlagen von KI-Agenten vertraut. Nutzen Sie kostenlose Angebote wie Webinare, Erklärvideos oder die Informationsangebote des Mittelstand-Digital Zentrums Tourismus, um ein solides Basiswissen zu entwickeln.
- 2 Eigene Prozesse analysieren:**
Identifizieren Sie wiederkehrende, zeitintensive Aufgaben in Ihrem Betrieb – etwa Buchungsanfragen, Bewertungsmanagement oder Berichterstellung. Das sind die Bereiche, in denen KI-Agenten den größten Mehrwert bieten.
- 3 Klein anfangen, konkret denken:**
Starten Sie mit einem klar abgegrenzten Pilotprojekt. Ein KI-gestützter Chatbot auf der Website, ein automatisiertes Feedbacksystem oder ein einfacher Daten-Agent können erste Erfahrungen liefern, ohne große Investitionen zu erfordern.
- 4 Digitale Infrastruktur prüfen und vorbereiten:**
Stellen Sie sicher, dass Ihre Buchungssysteme, Website und Datenbanken für die Zusammenarbeit mit KI-Agenten vorbereitet sind. Strukturierte Daten, offene Schnittstellen (APIs) und aktuelle Verfügbarkeiten sind die Grundlage.
- 5 Datenschutz von Anfang an mitdenken:**
 Klären Sie die datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen, bevor Sie KI-Agenten einsetzen. Arbeiten Sie DSGVO-konform, informieren Sie Ihre Gäste transparent und wählen Sie Anbieter, die Daten in Europa verarbeiten.
- 6 Team einbinden und schulen:**
Nehmen Sie Ihre Mitarbeitenden frühzeitig mit. Erklären Sie, dass KI-Agenten sie entlasten, nicht ersetzen sollen. Schulungen und gemeinsame Testphasen erhöhen die Akzeptanz und das Verständnis im Team.

Handlungsempfehlungen für touristische KMU

Die folgenden zehn Schritte helfen touristischen KMU, das Thema KI-Agenten strategisch und praxisnah anzugehen – vom ersten Verständnis bis zur langfristigen Integration.

7

Balance zwischen Automatisierung und Gastfreundschaft finden:

Setzen Sie KI-Agenten dort ein, wo sie Qualität und Effizienz verbessern. Bewahren Sie die persönliche Ansprache und Gastfreundschaft dort, wo sie unverzichtbar ist. Das richtige Gleichgewicht ist entscheidend.

8

Ergebnisse messen und optimieren:

Definieren Sie klare Kennzahlen für den Erfolg Ihrer KI-Agenten – etwa Reaktionszeit, Gästezufriedenheit, Buchungsrate oder Zeitersparnis. Werten Sie die Ergebnisse regelmäßig aus und optimieren Sie kontinuierlich.

9

Partner und Netzwerke nutzen:

Kooperieren Sie mit Technologiepartnern, Destinationsorganisationen oder anderen KMU, um Wissen und Kosten zu teilen. Gemeinsame KI-Lösungen für eine Region können effizienter sein als Einzellösungen.

10

Langfristige Strategie entwickeln:

Planen Sie über das Pilotprojekt hinaus. Überlegen Sie, wie KI-Agenten in Ihre Gesamtstrategie passen, welche weiteren Einsatzbereiche möglich sind und wie Sie Ihre digitale Reife schrittweise erhöhen können.

Zukunftsfragen

für das eigene Unternehmen



Diese Zukunftsfragen sollen zur Reflexion anregen und als Ausgangspunkt für strategische Überlegungen im eigenen Betrieb dienen.

1. Sind unsere Angebote, Preise und Verfügbarkeiten so digital aufbereitet, dass ein KI-Agent eines potenziellen Gastes sie eigenständig finden und buchen kann?
2. An welchen Stellen der Gästereise könnte ein KI-Agent das Erlebnis verbessern – vor, während oder nach dem Aufenthalt?
3. Welche Gäste-, Buchungs- und Betriebsdaten erheben wir bereits – und wie könnten wir sie besser nutzen, um Entscheidungen zu treffen und Angebote zu personalisieren?
4. Wo sollte in unserem Betrieb weiterhin ein Mensch den Kontakt zum Gast pflegen – und wo kann ein KI-Agent Aufgaben übernehmen, ohne das Erlebnis zu beeinträchtigen?
5. Wie können wir KI-Agenten nutzen, um unsere Nachhaltigkeitsdaten effizienter zu erfassen, auszuwerten und zu kommunizieren?
6. Können KI-Agenten unser Marketing effizienter machen – und wenn ja, welche Aufgaben sollten wir zuerst automatisieren?
7. Gibt es in unserer Region oder Branche Partner, mit denen wir gemeinsam KI-Lösungen entwickeln oder nutzen könnten?
8. Wie können wir sicherstellen, dass unser Team die notwendigen Kompetenzen aufbaut, um KI-Agenten sinnvoll einzusetzen und zu steuern?
9. Wie kommunizieren wir unseren Gästen transparent, wann sie mit einem KI-Agenten und wann mit einem Menschen interagieren?
10. Wie stellen wir sicher, dass unsere digitale Infrastruktur flexibel genug ist, um mit der rasanten Entwicklung von KI-Agenten Schritt zu halten?

Fazit & Ausblick

KI-Agenten markieren einen Wendepunkt in der Art und Weise, wie touristische Dienstleistungen geplant, erbracht und erlebt werden. Was mit einfachen Chatbots begann, entwickelt sich zu **autonomen Systemen, die eigenständig Aufgaben planen, Entscheidungen treffen und mehrstufige Prozesse ausführen** können – von der Buchung über das Marketing bis zur Nachhaltigkeitsberichtserstattung.

Für touristische KMU bedeutet das vor allem eines: Die Spielregeln der Branche verändern sich. **Gäste werden zunehmend KI-Agenten mit der Reiseplanung beauftragen**. Buchungsplattformen werden von maschinell optimierten Prozessen geprägt sein. Und Betriebe, die ihre digitale Infrastruktur nicht darauf vorbereiten, laufen Gefahr, unsichtbar zu werden.

Gleichzeitig eröffnen sich enorme Chancen. **KI-Agenten können Routineaufgaben übernehmen, Mitarbeitende entlasten und Gästeerlebnisse auf ein neues Niveau heben**. Sie ermöglichen eine Personalisierung, die manuell kaum erreichbar wäre, und schaffen Freiräume

für das, was touristische Betriebe auszeichnet: **persönliche Gastfreundschaft und echte menschliche Begegnung**.

Erfolgreiche Integration von KI-Agenten im Tourismus bedeutet daher, ein Gleichgewicht zu finden: **Automatisierung dort, wo sie Qualität und Effizienz verbessert – persönliche Ansprache und Gastfreundschaft dort, wo sie unverzichtbar sind**. KMU, die diesen Ansatz strategisch verfolgen, können nicht nur kurzfristig Effizienzgewinne erzielen, sondern langfristig ihre Position am Markt festigen und ausbauen.

Die Empfehlung lautet: Jetzt handeln, klein anfangen, Erfahrungen sammeln – und die Zukunft aktiv gestalten. Die Technologie wartet nicht. Aber sie bietet denjenigen, die sich früh damit beschäftigen, die Werkzeuge, um den entscheidenden Unterschied zu machen.

Vielen Dank!

Weitere Trendreports finden Sie unter:
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

Benno Grüssel

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

Denise Engelhardt

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

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 Bundesgeschäftsführung i.S.v. §26 BGB: Senator a. D. Christoph Ahlhaus

Telefon: +49 30 533206-0

E-Mail: 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.

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.