



Mittelstand-Digital  
Zentrum  
Tourismus

*Leitfaden*

# *Wie Künstliche Intelligenz den Tourismus transformiert*

*Ein praxisnaher  
Leitfaden für  
den Mittelstand*

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Mittelstand-Digital 

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



## Prof. Dr. Dr. Roman Egger

CEO SmartVisions

Wissenschaftler, Professor an der Moduluniversität Wien und Geschäftsführer von SmartVisions mit langjähriger Erfahrung an der Schnittstelle von Digitalisierung, Künstlicher Intelligenz und Datenanalyse.



### Einleitung

..... 5

### 1.

#### Künstliche Intelligenz kurz erklärt

..... 6

### 2.

#### KI im Praxiseinsatz – Anwendungsfälle und Werkzeuge für den Tourismusalltag

2.1 ..... 8

Effizienter Gästeservice und Kommunikation

2.2 ..... 10

Neue Wege im Content-Marketing –  
Texte, Bilder, Musik, Videos

2.3 ..... 14

Prozessautomatisierung und Datenanalyse

2.4 ..... 15

Barrierefreiheit und rechtliche Absicherung

### 3.

#### Compliance und Ethik – Sicherer Umgang mit KI

..... 16

### 4.

#### Erste Schritte für Ihr Unternehmen

..... 18

### 5.

#### Eine Vielfalt von Lösungen

..... 20

### 6.

#### Checkliste: Compliance-Fragen vor der KI-Einführung

..... 21

#### Fazit

..... 22

# Inhalt



## KI erfolgreich implementieren

### Impressum

#### Herausgeber:

Der Mittelstand. BVMW e. V.  
Potsdamer Str. 7 • 10785 Berlin  
Tel: 030 533 206 0 • 030 533 206 118  
E-Mail: mittelstand@bvmw.de

Vertreten durch **Christoph Ahlhaus**  
(Vorstand i.S.d. § 26 BGB)

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

#### Autor:

Roman Egger

#### Redaktion:

Frederik Skidzun  
Elena Vender

#### Gestaltung

Samt & Seidel KG  
Petersberg 15 | 99084 Erfurt

#### Bildnachweis:

Roman Egger © FOTO FLAUSEN  
S. 5, 6, 8, 10, 14, 16 © stock.adobe.com

Ein Teil der Abbildungen in diesem Leitfaden wurde mithilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) generiert.

## Einleitung

Dieser Leitfaden richtet sich an kleine und mittlere Tourismusunternehmen wie Hotels, Pensionen oder Destinationen, die KI-Tools in ihre täglichen Betriebsabläufe integrieren möchten. Der Leitfaden basiert auf einem längeren Redeskript des Tourismusforschers Roman Egger.

Auf den folgenden Seiten erhalten Interessierte einen Einblick, in welchen Bereichen sich KI-Anwendungen sinnvoll und schnell einsetzen lassen, welche Tools dafür u.a. zur Verfügung stehen und welche über den Einsatz hinausgehenden Fragen sich stellen. Am Ende des Leitfadens bieten eine Tool-Übersicht und eine Checkliste zu Compliance-Fragen einen schnellen Überblick über die Chancen, welche ein Einsatz generativer KI Ihrem Unternehmen eröffnet und welche Fragen dabei geklärt werden sollten.





# Künstliche Intelligenz kurz erklärt



In seiner einfachsten Form bezeichnet Künstliche Intelligenz die Fähigkeit von Computersystemen, menschenähnliche Intelligenzleistungen zu erbringen. Das Kernprinzip ist das Lernen aus Erfahrungen oder genauer gesagt: aus Daten. Eine KI erkennt Muster in großen Datenmengen und leitet daraus eigenständig Schlüsse oder Vorhersagen ab. Sie kann komplexe Aufgaben wie Spracherkennung, Bildanalyse oder Entscheidungsfindung ausführen, die traditionelle Software nicht bewältigen könnte.

Im Tourismuskontext lassen sich drei grundlegende Arten von KI unterscheiden, die miteinander kombiniert werden können:

## Prädiktive KI Der Blick in die Zukunft

Diese Form der KI nutzt historische Daten, um Prognosen über zukünftige Ereignisse zu erstellen (z. B. Ankunftsprognosen, Churn Prediction). Sie beantwortet die Frage: „Was wird wahrscheinlich passieren?“

## Präskriptive KI Der strategische Ratgeber

Diese KI geht einen entscheidenden Schritt weiter als die reine Prognose. Sie gibt konkrete Handlungsempfehlungen, um ein definiertes Ziel zu erreichen (z. B. dynamische Preisgestaltung). Sie beantwortet die Frage: „Was sollten wir tun, um X zu erreichen?“

## Generative KI Der kreative Schöpfer

Dies ist die aktuell prominenteste und für viele Bereiche des Tourismus revolutionärste Form der KI. Sie erzeugt auf Basis einer menschlichen Anweisung – eines sogenannten „Prompts“ – völlig neue, originäre Inhalte (wie Texte, Bilder, Musik, Videos). Sie antwortet auf die Aufforderung: „Erstelle mir...“



Moderne KI-Tools sind zudem häufig **multimodal**, d. h. sie sind in der Lage, sowohl Bilder, Texte, Musik etc. zu verarbeiten und können zwischen diesen „übersetzen“. Zu einem Bild, das als Input bereitgestellt wird, liefert eine KI dann z. B. eine Beschreibung oder generiert aus einer Texteingabe ein passendes Bild, Lied usw.



# KI im Praxiseinsatz – Anwendungsfälle und Werkzeuge für den Tourismusalltag

KI-Werkzeuge sollen nicht jeden Bereich eines Unternehmens abdecken. Gezielt eingesetzt, können sie jedoch dazu beitragen, schnell, effizient und gewinnbringend Betriebsabläufe zu optimieren. Ziel dieses Leitfadens ist es, Berührungspunkte im Umgang mit den Tools abzubauen und Sie zu befähigen, erste eigene Projekte umzusetzen.



**Weitere Infos zu den KI-Anwendungen, die in den folgenden Abschnitten erwähnt werden, finden sich auch in der Tool-Übersicht am Ende des Leitfadens.**

2.1

## Effizienter Gästeservice und Kommunikation

Die direkte Kommunikation mit dem Gast ist zeitintensiv, aber entscheidend für die Servicequalität. KI kann hier als unermüdlicher Helfer agieren, der Standardprozesse automatisiert und dem Personal mehr Zeit für die persönliche Betreuung gibt.



### Beispiel 1 Ein Chatbot als 24/7-Helfer

#### Das Problem:

Ihr Team wird, z. B. vor einem großen Event, mit zahlreichen sich wiederholenden Anfragen über alle Kanäle hinweg konfrontiert. Dies bindet konstant personelle Kapazitäten.

#### Die Lösung:

Ein Chatbot wird auf der Event-Website implementiert und mit allen relevanten Informationen „gefüttert“: FAQs, Pressemitteilungen, Hintergrundinformationen, Bilder.

#### Der Zeitaufwand:

Ca. 30 Minuten, keine Programmierkenntnisse erforderlich.

#### Das Ergebnis:

Der Chatbot kann typische Fragen rund um die Uhr automatisch beantworten. Ihre Mitarbeiter werden signifikant entlastet und können sich auf komplexere Anliegen konzentrieren.

#### Profi-Tipp:

Ein Chatbot ist kein „Set & Forget“-System und wird auch nicht auf alle Fragen eine geeignete Antwort finden. Setzen Sie einen menschlichen *Chatbot-Admin* ein, welcher die Anfragen regelmäßig überwacht, die Wissensbasis aktualisiert und den Bot nachtrainiert, um seine Effektivität kontinuierlich zu verbessern.

### Beispiel 2 Der digitale Concierge

#### Das Problem:

Sie möchten einen personalisierten, hochqualitativen und gleichzeitig skalierbaren Gästeservice bieten, der die einzigartige Marke Ihres Hotels widerspiegelt.

#### Die Lösung:

Sie erstellen einen eigenen Custom GPT und trainieren ihn mit einer internen Wissensdatenbank über die Geschichte des Hauses, Zimmerdetails und vor allem den spezifischen Markenstil. Das Tool kann anschließend Ihr Buchungsteam unterstützen, indem es etwa stilgerechte Textvorschläge für komplexe Gästeanfragen formuliert.

#### Das Ergebnis:

Die Effizienz wird gesteigert, eine konsistente Markenkommunikation sichergestellt und die Einarbeitung neuer Mitarbeiter erleichtert. Der Service wird personalisierter und ist rund um die Uhr verfügbar.

#### Profi-Tipp:

KI dient als **Ergänzung, nicht als Ersatz** für menschliche Gastfreundschaft. Der Erfolg hängt entscheidend von der Qualität der Trainingsdaten und einer klaren Definition der Markenwerte und der gewünschten Tonalität ab. Die Entwicklung sollte praxisnah und in enger Zusammenarbeit mit dem Team erfolgen, um die Akzeptanz zu sichern.



2.2

## Neue Wege im Content-Marketing – Texte, Bilder, Musik, Videos

Generative KI demokratisiert die Erstellung von professionellen Marketinginhalten. Auch kleine Betriebe können nun mit geringem Budget Content (wie Texte, Bilder, Musik, Videos) produzieren, der bisher nur mit teuren Agenturen oder Spezialisten möglich war.

### Beispiel 1

#### Texterstellung mit KI

##### ■ Anwendungsfelder

Blogartikel, Social-Media-Posts, Newsletter, Website-Texte, Übersetzungen, die Erstellung von Angebotstexten oder sogar die Formulierung von Antworten auf Gästebewertungen.

##### ■ Praxis-Tutorial

#### Ein Social-Media-Post für ein Hotel-Angebot mit KI

Um Content durch ein KI-Tool erstellen zu lassen, benötigen Sie keine Programmierkenntnisse. Alle Anweisungen an die KI verfassen Sie als Text, den sogenannten *Prompt*. Die folgenden Schritte helfen Ihnen dabei:



#### 1. Rolle zuweisen (Kontext schaffen):

Beginnen Sie Ihren Prompt, indem Sie der KI eine Rolle geben. *„Du bist ein erfahrener Social Media Manager für ein 4-Sterne-Wellnesshotel in den bayerischen Alpen. Dein Schreibstil ist inspirierend, herzlich und weckt Sehnsüchte.“*

#### 2. Informationen bereitstellen (Input geben):

Liefern Sie alle relevanten Fakten. *„Wir haben ein neues Angebot namens ‚Alpen-Auszeit für Zwei‘. Es umfasst 2 Übernachtungen im Doppelzimmer mit Bergblick, unser reichhaltiges Frühstücksbuffet, ein 4-Gänge-Abendmenü am zweiten Abend und unbegrenzten Zugang zu unserem Spa-Bereich. Der Preis beträgt 399 € pro Person.“*

#### 3. Aufgabe klar definieren (Output steuern):

Sagen Sie der KI genau, was sie tun soll. *„Schreibe einen kurzen, ansprechenden Instagram-Post für dieses Angebot. Sprich die Zielgruppe (gestresste Paare zwischen 30 und 50 Jahren) direkt und persönlich an. Verwende passende Emojis, um eine emotionale Atmosphäre zu schaffen. Beende den Post mit einem klaren Call-to-Action. Schlage mir außerdem 5 relevante, deutschsprachige Hashtags vor.“*

#### 4. Iterieren und verfeinern (Qualität verbessern):

Selten ist der erste Entwurf perfekt. Geben Sie Feedback. *„Das ist ein guter Anfang. Bitte mache den Text noch etwas kürzer und emotionaler. Betone mehr die gemeinsame Zeit und die Entspannung. Ändere den Call-to-Action zu einer Frage.“*



## Beispiel 2 Bildgenerierung & -bearbeitung

Image 2 als Teil von ChatGPT generiert sehr fotorealistische Bilder, kann auch Texte sehr gut darstellen und ist bereits in der kostenlosen Version verfügbar. Alternativen sind Midjourney oder das aus Deutschland kommende Flux. Neben der Generierung von Bildern ist auch das Editieren meist schon möglich.

### ■ Praxis-Tutorial Stimmungsbild für Social Media

Verschiedene KI-Programme wie z. B. Nano Banana, ChatGP oder Gemini können Bilder erstellen.

#### **Prompt:**

„Erstelle ein fotorealistisches Bild im Querformat (16:9). Es zeigt eine gemütliche Hotellobby in den Alpen im Winter. Im Vordergrund sitzt ein Paar mittleren Alters auf einem bequemen Sofa vor einem knisternden Kamin und prostet sich mit Rotweingläsern zu. Durch ein großes Fenster im Hintergrund sieht man eine verschneite Berglandschaft im Abendlicht. Die Atmosphäre soll warm, einladend und luxuriös sein.“

## Beispiel 3 Musikgenerierung

Suno.ai und ähnliche Tools bieten die Möglichkeit, in kurzer Zeit eingängige Lieder zu generieren. Dafür reicht es, einen zuvor erstellten Text hochzuladen und von der KI vertonen zu lassen.

### ■ Praxis-Tutorial Jingle für Ihre Region

#### **Anmelden:**

Erstellen Sie ein Konto bei einem KI-Tool Ihrer Wahl. Es gibt verschiedene KI-Dienste wie zum Beispiel Suno.ai oder Udio.com, die Jingle erstellen können.

#### **Modus wählen:**

Aktivieren Sie den „Custom Mode“, um Text und Musikstil getrennt einzugeben.

#### **Lyrics eingeben:**

Schreiben Sie einen kurzen, prägnanten Text, der die Vorzüge Ihrer Region beschreibt.

#### **Musikstil definieren:**

Beschreiben Sie die gewünschte Stimmung, z. B. „Upbeat acoustic folk pop, happy, warm, female vocals, catchy chorus“.

#### **Generieren:**

Klicken Sie auf „Create“. Hören Sie sich erstellte Versionen an und wählen Sie die bessere aus.

#### **Erweitern:**

Nutzen Sie die Funktion „Continue from this Song“, um Strophen oder einen Refrain hinzuzufügen und den Song schrittweise aufzubauen.



#### **Achtung:**

**Textänderung können dazu führen, dass komplett neue Songs generiert werden. Sollen mehrsprachige Texte vertont werden, ist es ratsam, die fremdsprachigen Wörter lautmalerisch zu umschreiben.**

## Beispiel 4 Videoproduktion

Dies eignet sich etwa für Willkommensvideos, Erklärvideos für den Online-Check-in, Social-Media-Clips. Auch lassen sich so Imagefilme in andere Sprachen synchronisieren.

### ■ Praxis-Tutorial Kurzes Willkommensvideo

#### **Video aufnehmen:**

Nehmen Sie mit Ihrem Smartphone ein kurzes (ca. 30 Sekunden), gut ausgeleuchtetes Video auf, in dem Sie Ihre Gäste auf Deutsch willkommen heißen. Sprechen Sie klar und deutlich.

#### **Hochladen:**

Legen Sie ein Konto bei einem KI-Tool Ihrer Wahl an und laden Sie anschließend Ihr Video hoch. Dafür können verschiedene Anwendungen wie beispielsweise HeyGen oder Synthesia genutzt werden.

#### **Sprache wählen:**

Wählen Sie die Funktion „Video Translate“. Als Zielsprache wählen Sie „English“. HeyGen analysiert Ihre Stimme, klonst sie und übersetzt den Text.

#### **Generieren und Prüfen:**

Nach wenigen Minuten ist das Video fertig. Die KI hat nicht nur den Ton übersetzt, sondern auch Ihre Lippenbewegungen an die englische Sprache angepasst. Prüfen Sie das Ergebnis.

#### **Exportieren:**

Laden Sie das fertige englische Video herunter und binden Sie es auf Ihrer Website ein, um internationale Gäste persönlich anzusprechen.



2.3

## Prozessautomatisierung und Datenanalyse

Neben dem Marketing kann KI auch unsichtbare, aber hochwirksame Aufgaben im Hintergrund übernehmen, um Prozesse zu verschlanken und bessere Entscheidungen zu ermöglichen.

### Beispiel 1

#### Excel-Auswertung automatisieren

##### Das Problem:

Ihr Team muss monatlich manuelle, repetitive und fehleranfällige Auswertungen in komplexen Excel-Dateien durchführen – ein klassischer „Monkey Job“.

##### Die Lösung:

Ein Chatbot wird als „Code Pilot“ genutzt, um ein Python-Skript zu erstellen. Dafür reicht eine Beschreibung in natürlicher Sprache aus, was das Skript tun soll (z. B. „Öffne Datei X, kopiere Spalte Y aus Tabelle Z in eine neue Datei...“). Die KI liefert den passenden Code, hilft bei der Fehlersuche (Debugging) und erstellt bei Bedarf sogar eine einfache grafische Benutzeroberfläche (GUI).

##### Der Vorteil:

Man muss kein Programmierer sein, um von der Automatisierung zu profitieren. Mit KI als Programmier-Assistent können auch technisch weniger versierte Mitarbeiter einfache, aber wirkungsvolle Automatisierungslösungen für ihre spezifischen Probleme erstellen. Der anfängliche Zeitaufwand für die Erstellung des Skripts amortisiert sich durch die zukünftige Zeitersparnis schnell.

### Beispiel 2

#### Datenanalyse

##### Das Problem:

Sie möchten eine Excel- oder CSV-Datei mit Tourismusdaten (z. B. Wertschöpfung, Ausgaben) auswerten.

##### Die Lösung:

Excel- und CSV-Dateien lassen sich in verschiedenen Chatbots direkt über die Benutzeroberfläche hochladen. Mit einfachen Anweisungen wie „Analysiere diese Daten und erstelle Diagramme, die die Entwicklung der direkten und indirekten Wertschöpfung über die Jahre zeigen“ führt die KI die Analyse durch, erstellt die passenden Visualisierungen und kann auf Anweisung sogar eine Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse in einem Word-Dokument verfassen.

##### Der Vorteil:

Dies beschleunigt die Erstellung von Berichten, Präsentationen oder Entscheidungsvorlagen dramatisch und macht Datenanalyse für ein breiteres Publikum zugänglich.

2.4

## Barrierefreiheit und rechtliche Absicherung

KI kann auch dabei helfen, gesetzliche Anforderungen zu erfüllen und gleichzeitig den Geschäftsnutzen zu steigern.

### Beispiel

#### KI-basierte Bildbeschreibungen (Accessibility Act & SEO)

##### Das Problem:

Der *European Accessibility Act* (EAA) verpflichtet Website-Betreiber zu mehr Barrierefreiheit. Dazu gehört die Bereitstellung von aussagekräftigen Alternativtexten (*Alt-Texten*) für Bilder, damit Menschen mit Sehbehinderungen, die Screenreader nutzen, den Inhalt verstehen können.

##### Die Lösung:

Eine multimodale KI analysiert den Bildinhalt und – ganz wichtig – den Kontext der Webseite, auf der das Bild eingebunden ist. Auf dieser Basis generiert sie automatisch eine passende und kontextsensitive Bildbeschreibung.

##### Der doppelte Nutzen:

Diese automatisierten Beschreibungen erfüllen nicht nur die gesetzlichen Vorgaben zur Barrierefreiheit. Da Suchmaschinen wie Google Bilder ebenfalls über deren Alt-Texte „verstehen“, führt die Implementierung zu einer signifikanten Verbesserung der *Suchmaschinenoptimierung* (SEO). Die Website wird für relevante Bildersuchen besser sichtbar.



# Compliance und Ethik – Sicherer Umgang mit KI



## Der EU AI Act – Was KMU im Tourismus wissen müssen

Die Nutzung von KI ist kein rechtsfreier Raum. Ein proaktiver und bewusster Umgang mit den Themen Datenschutz, Urheberrecht und Ethik ist unerlässlich, um rechtliche Risiken zu minimieren und das Vertrauen von Gästen und Mitarbeitern zu wahren.

Im Jahr 2024 ist das erste umfassende KI-Gesetz der Welt, der *EU AI Act*, in Kraft getreten. Es verfolgt einen risikobasierten Ansatz und teilt KI-Systeme in verschiedene Kategorien ein.

### ■ **Verbotene Praktiken:**

Bestimmte Anwendungen, die eine klare Bedrohung für die Grundrechte darstellen, sind gänzlich verboten. Dazu gehört z. B.:

- *Social Scoring* (die Bewertung von Personen basierend auf ihrem sozialen Verhalten) oder
- die ungerichtete Auswertung von Kamerabildern zur Erstellung von Gesichtserkennungsdatenbanken.

### ■ **Hochrisiko-Systeme:**

KI-Systeme, die in kritischen Bereichen eingesetzt werden, unterliegen sehr strengen Auflagen wie umfassenden Risiko- und Konformitätsbewertungen.

- Beispiele für solche Bereiche sind etwa die Medizintechnik oder Kreditwürdigkeitsprüfung.
- Relevant für den Tourismus: KI-Einsatz im **Recruiting** (z. B. Software, die Bewerbungen vorsortiert).

### ■ **Geringes / Limitiertes Risiko:**

Die überwiegende Mehrheit der touristischen Anwendungsfälle fällt in diese Kategorie. Dazu gehören Chatbots, personalisierte Empfehlungssysteme oder die KI-gestützte Erstellung von Marketinginhalten. Hier gilt vor allem die **Transparenzpflicht**:

#### **Informieren:**

Nutzer müssen klar und verständlich darüber informiert werden, wenn sie mit einem KI-System (z. B. einem Chatbot) interagieren.

#### **Kennzeichnung:**

Inhalte, die mit KI generiert oder wesentlich verändert wurden (insbesondere Bilder, Audio- und Videodateien wie „Deepfakes“, aber auch Texte von öffentlichem Interesse), müssen als solche **gekennzeichnet** werden.



## Urheberrecht bei Generativer KI

### Der Output:

Die Rechtslage, wem ein von einer KI generiertes Bild oder ein Text gehört, ist komplex. In der Regel übertragen die Anbieter (z. B. OpenAI, Midjourney) in ihren kommerziellen Plänen weitreichende Nutzungsrechte an den Anwender. Es ist jedoch entscheidend, die jeweiligen Lizenzbedingungen genau zu lesen.

### Der Input:

KI-Modelle werden mit riesigen Datenmengen aus dem Internet trainiert. Dabei besteht ein Restrisiko, dass die KI bei der Generierung unbeabsichtigt den Stil eines geschützten Künstlers oder Elemente eines urheberrechtlich geschützten Werkes zu stark kopiert. Eine **menschliche Überprüfung und Anpassung** der generierten Inhalte vor der kommerziellen Veröffentlichung ist daher immer ratsam.

## Erste Schritte für Ihr Unternehmen

Für kleine und mittlere Betriebe, die nicht über große Schulungsbudgets verfügen, sind pragmatische Ansätze entscheidend.



### Kleine Schritte, schnelle Erfolge

- Beginnen Sie nicht mit einem riesigen, komplexen KI-Projekt.
- Wählen Sie stattdessen einen klar definierten Anwendungsfall mit überschaubarem Aufwand und sichtbarem Nutzen.
- Implementieren Sie einen Chatbot für eine Veranstaltung oder automatisieren Sie sich wiederholende Aufgaben wie Excel-Reports.
- Dieses Vorgehen schafft positive Referenzerlebnisse, baut Ängste ab und fördert die Akzeptanz im Team.



### Wissensmultiplikatoren benennen

- Bestimmen Sie ein oder zwei technikaffine und neugierige Mitarbeiter zu „KI-Scouts“ oder „KI-Champions“.
- Geben Sie ihnen die Zeit und die Ressourcen (z. B. ein Pro-Abonnement für ein KI-Tool und entsprechende Fortbildungen), sich tiefer in die Materie einzuarbeiten.
- Ihre „Scouts“ fungieren dann als erste Ansprechpartner im Team, geben ihr Wissen in kurzen internen Schulungen weiter und dokumentieren erfolgreiche Anwendungsfälle.



### Externe Weiterbildungsangebote nutzen

- Es gibt eine wachsende Zahl an qualitativ hochwertigen Weiterbildungsmöglichkeiten
- Hier können Sie Expertise in der Tool-Anwendung sowie tiefere Einblicke in rechtliche Fragen gewinnen.
- Viele Veranstaltungen sind kostengünstig oder sogar kostenfrei.



# Eine Vielfalt von Lösungen

Die Vielfalt an KI-Tools kann überwältigend sein. Die folgende Matrix dient als Orientierungshilfe und gibt eine auf die Bedürfnisse von Tourismus-KMU zugeschnittene Empfehlung für den Einstieg.

Aufgabe	Tools	Stärken für den Tourismus
<b>Texterstellung &amp; Brainstorming</b>	ChatGPT, Claude, Sonnet, Gemini	Diese Tools sind kreativ, schnell, multimodal. ChatGPT ist dabei wohl der beste Allrounder, Claude ist besonders stark darin, lange Dokumente zu verarbeiten.
<b>Recherche &amp; Analyse</b>	Perplexity AI, ChatGPT (Web-Zugriff)	Perplexity AI ist als „Antwort-Maschine“ konzipiert und liefert zu jeder Aussage die Quellenangaben. Ideal für Marktrecherche, Fakten-Checks und Wettbewerbsanalysen.
<b>Bildgenerierung</b>	Midjourney, DALL-E (in ChatGPT integriert)	Midjourney erzeugt ästhetisch ansprechende und fotorealistic Bilder. DALL-E ist einfacher zu bedienen und besser darin, Text korrekt in Bildern darzustellen.
<b>Musik- &amp; Audioproduktion</b>	Suno.ai, Udio.ai, ElevenLabs	Suno erstellt komplette Songs aus Texteingaben. ElevenLabs ist spezialisiert auf hochqualitative Stimm-Synthese, Klonierung und Synchronisation (Dubbing).
<b>Videoproduktion (Avatare)</b>	HeyGen, synthesia.io	HeyGen erstellt Videos ohne Kamera und Studio. Auch Übersetzung und Lippsynchronisation ist möglich.
<b>Einfache Chatbots</b>	Chatbase, Custom GPTs	Erlaubt die Erstellung eines Chatbots in Minuten, indem man einfach die eigene Website-URL oder ein FAQ-Dokument als Wissensbasis angibt. Keine Programmierung nötig.



# Checkliste

Bevor Sie ein KI-Tool im Unternehmen einführen, sollten Sie sich als Geschäftsführer oder Verantwortlicher die folgenden Fragen stellen. Diese Checkliste operationalisiert die strategischen Überlegungen und dient als praktischer Leitfaden für eine verantwortungsbewusste Implementierung.

Bereich	Kernfrage	Maßnahmen / Zu klären
<b>Strategie &amp; Ziel</b>	Welches konkrete Geschäftsproblem wollen wir mit diesem Tool lösen?	<i>Klares Ziel definieren (z.B. „Reduzierung der Antwortzeit auf Standardanfragen um 50 %“). Nicht Technologie um der Technologie willen einführen.</i>
<b>Datenschutz (DSGVO)</b>	Welche Art von Daten werden verarbeitet? Geben wir personenbezogene Gästedaten (Namen, E-Mail-Adressen, Buchungsdetails) in die KI ein?	<i>Wenn ja: Unbedingt ein Tool mit Serverstandort in der EU und einem klaren DSGVO-konformen Vertrag zur Auftragsverarbeitung (AVV) wählen. Oft sind dies die teureren Enterprise-Pläne. Die kostenlose Version von ChatGPT ist für die Verarbeitung von Gästedaten tabu.</i>
<b>Urheberrecht</b>	Dürfen wir die mit dem Tool erstellten Inhalte (Bilder, Texte) kommerziell nutzen?	<i>Die Nutzungsbedingungen des KI-Anbieters genau prüfen. Im Zweifel bei kritischen Anwendungen (z.B. Logo-Design) rechtlichen Rat einholen.</i>
<b>Transparenz (EU AI Act)</b>	Wissen unsere Gäste und Website-Besucher, dass sie mit einer KI interagieren oder KI-generierte Inhalte sehen?	<i>Chatbots auf der Website klar als „Digitaler Assistent“ o.ä. kennzeichnen. Bei KI-generierten Bildern im Marketing eine Kennzeichnung wie „Bild erstellt mit KI“ in Erwägung ziehen.</i>
<b>Zuständigkeit &amp; Kompetenz</b>	Wer im Team ist für das Tool verantwortlich (Tool-Owner)? Wer darf es nutzen und wofür?	<i>Einen klaren Verantwortlichen benennen (z.B. den „Chatbot-Admin“). Einfache, verständliche Nutzungsrichtlinien für alle Mitarbeiter erstellen. Schulungsbedarf ermitteln.</i>
<b>Ethik &amp; Markenwerte</b>	Entsprechen die Ergebnisse der KI unserem Qualitätsanspruch, unserer Tonalität und unseren ethischen Werten?	<i>Interne Richtlinien für den Umgang mit KI festlegen. Jedes KI-Ergebnis muss vor der Veröffentlichung von einem Menschen überprüft, bewertet und freigegeben werden. Die letzte Verantwortung liegt immer beim Menschen.</i>



# Fazit

## *Wir stehen am Beginn einer neuen Ära im Tourismus.*

Die Künstliche Intelligenz ist keine vorübergehende Modeerscheinung, sondern eine fundamentale technologische Welle, die die Art und Weise, wie wir reisen, wie wir Gäste betreuen und wie wir unsere Unternehmen führen, nachhaltig verändern wird. Die Kernbotschaft ist klar: Der Erfolg in dieser neuen Welt liegt nicht im „entweder/oder“, sondern im „sowohl/als auch“. Es geht um die kluge Kombination aus dem, was Maschinen am besten können, und dem, was den Menschen unersetzlich macht. Nutzen Sie die KI, um Effizienz und Effektivität zu steigern – automatisieren Sie Routinen, analysieren Sie Daten und personalisieren Sie Ihre Angebote. Investieren Sie gleichzeitig in Ihre menschlichen Kernkompetenzen: Kreativität, Empathie, Gastfreundschaft und ethisches Urteilsvermögen. Der Mensch wird zur unverzichtbaren Brücke zwischen der Technologie und einer sinnerfüllten, emotionalen Gesellschaft.

Sie sind auf diesem Weg nicht allein. Das Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus und das gesamte bundesweite Netzwerk stehen Ihnen mit kostenfreien und anbieterneutralen Informationsangeboten, Webinaren, Sprechstunden und Umsetzungsprojekten zur Seite. Zögern Sie nicht, diese Unterstützung in Anspruch zu nehmen.

**Gestalten Sie die Zukunft Ihres Unternehmens aktiv mit. Die Werkzeuge liegen bereit.**

## Notizen

A large grid of small dots for taking notes, spanning the right side of the page.

Das Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus gehört zu Mittelstand-Digital. Das Mittelstand-Digital Netzwerk bietet mit den Mittelstand-Digital Zentren und der Initiative IT-Sicherheit in der Wirtschaft umfassende Unterstützung bei der Digitalisierung mit dem Schwerpunkt Künstliche Intelligenz. Kleine und mittlere Unternehmen profitieren von konkreten Praxisbeispielen und passgenauen, anbieterneutralen Angeboten zur Qualifikation und IT-Sicherheit. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ermöglicht die kostenfreie Nutzung.

Weitere Informationen finden Sie unter:

**[www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de)**

***Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus  
Technische Universität Berlin***

Hardenbergstr. 16 – 18, 10623 Berlin

Tel.: 030 314 76630

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

**[www.digitalzentrum-tourismus.de](http://www.digitalzentrum-tourismus.de)**

Gefördert durch:



Mittelstand-  
Digital 

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages