

1. März 2023

Künstliche Intelligenz in der Touristik: 12 Gastgeber-Stimmen zu ChatGPT

Über Einheitsbrei, Traumszenarien und Kontrolle ohne Verlust



Künstliche Intelligenz bestimmt derzeit die Schlagzeilen. Dass Tools wie ChatGPT auf einem unbremmbaren Vormarsch sind, dürfte auch in der Touristik niemanden wirklich überraschen. Chatbots sind in der Lage, präzisen Content nach Vorgabe zu erstellen und menschenähnliche Konversationen zu führen, doch wahrhaftig menscheln kann ein solches System nicht. Was bedeutet künstliche Intelligenz für die doch so vom

persönlichen Kontakt geprägte Gästebetreuung? Wie europäische Hotels, Destinationen und Reiseveranstalter zum Thema ChatGPT stehen, haben wir im Folgenden zusammengefasst. www.ahm-agentur.de

Foto (download): Sämtliche Prozesse fürs Backoffice sind in der Cloud-Software Filosof by Scopevisio digitalisiert und auch mobil abrufbar. Welche Vorteile für Hotels künstliche Intelligenz mit sich bringt, weiß der Anbieter aus eigener Erfahrung. Bildnachweis: Shutterstock_1041718081

Grundsätzlich lässt sich feststellen: Der Mensch als Gastgeber ist nicht ersetzbar. Punkt. Künstliche Intelligenz oder das, was wir nach heutigem Stand von ihr verstehen, bietet sich vorwiegend für wiederkehrende Tätigkeiten an, um der Ressource Mensch – Stichwort Fachkräftemangel – Freiraum für Produktivität und Kreativität zu schaffen. So weit, so logisch. Doch wenngleich die Möglichkeiten und Chancen auf der Hand liegen, gehen die Meinungen auseinander.

Bloß kein Einheitsbrei, letzte Instanz und „echte“ Kommunikation

„Wir denken, Chatbots werden in Zukunft eine große Rolle in der Hotellerie spielen“, sagt **Sandra Geiger-Pauli** vom **Hotel Bodenmaier Hof** im Bayerischen Wald. Das beginnt in ihren Augen bei der Unterstützung der Verkaufsstrategie und endet nicht zuletzt bei der täglichen Kommunikation mit dem Gast. „Eine Individualisierung der unterschiedlichen Häuser und Angebote ist aber zwingend notwendig, sonst haben wir einen Einheitsbrei.“ Daher müsse immer noch ein Mensch die Vorschläge der künstlichen Intelligenz prüfen, da er am Ende des Tages auch die Verantwortung trage. Im **Berghaus Schröcken**, dem selbsterklärten Ort der Bergfreundschaft, legt Inhaberin **Steffi Schwarzmann** den Fokus auf menschliche Begegnungen: „Natürlich kann ein Gast auch bei uns kurz und knackig online buchen oder in unseren FAQs Antworten finden. Aber wir gaukeln ihm keine Unterhaltung vor, wo keine ist.“ Über ein „Guten Morgen, liebes Berghaus-Team“ in der Mailanfrage

freue sich eine echte Christl, Sarah oder Steffi, kein Avatar: „Und wie man auf den Berg hinaufruft, kommt es zurück – wir freuen uns auch auf euch!“, so die Vorarlbergerin. „Alles im Berghaus ist echt und wertig, auch jede Form der Unterhaltung mit dem Gast. So soll es bleiben.“

„Genussmenschen“ zwischen unvorstellbaren Möglichkeiten und Cyberrisiken

„Chatbots sind für mich lediglich produktivitätssteigernde Werkzeuge und werden den Menschen – gerade im Hotel und in der Gastronomie – niemals komplett ersetzen“, sagt Hoteldirektorin **Claudia Komeyer** vom **Schlossgut Oberambach** am Starnberger See. „Wir sind doch alle Genussmenschen. Kann eine Maschine einen Genuss steigern?“ Dennoch geht sie davon aus, dass Tools wie Chat GPT oder Google Bard die Arbeitswelt verändern werden: „Gut geschult und richtig eingesetzt sind die Systeme schon heute wichtig. In der Korrespondenz mit Gästen, Mitarbeitenden oder Lieferanten wird es vielleicht sogar Möglichkeiten eröffnen, die wir uns heute noch gar nicht vorstellen können.“ Risiken sieht die Gastgeberin für technisch Unerfahrene. Durch unklare Befehls- und Fragestellungen könnte ein Chatbot unlogische Antworten geben. Zudem bürge er Risiken hinsichtlich Datensicherheit und Cyberangriffen, Benutzerdaten müssten hinreichend geschützt werden.

„Disruptive Technologie“ für mehr Kreativität und neue Ansätze in der Touristik

Martin Ebster und der **Tourismusverband St. Anton am Arlberg** positionieren sich klar pro Innovation: „Wer sich nicht bereits jetzt mit KI, deren Möglichkeiten und Chancen auseinandersetzt, wird den Anschluss an die sich immer schneller verändernde Arbeitswelt verlieren.“ Erleichterungen sieht er in vielen Bereichen – etwa in der Kreativität, um neue Ansätze zu entwickeln: „Wir sind in der glücklichen Lage, dass der Tourismus von Emotionen abhängig ist, eine KI wird daher auch in Zukunft unsere fabelhaften Gastgeberinnen und Gastgeber nicht ersetzen können.“ Derzeit suche man aktiv nach Möglichkeiten, wie diverse KIs in bestehende Arbeitsabläufe eingebunden werden können, um die Effizienz zu steigern. „Künstliche Intelligenz sehen wir als eine disruptive Technologie an, die alle Lebensbereiche grundsätzlich verändern wird. Welche Plattformen sich schlussendlich durchsetzen werden, ist aus heutiger Sicht allerdings schwer abzuschätzen.“

Mehr Zeit für Kontrolle statt Kontrollverlust

Als „unumgänglich“ und „Synonym für unsere Zeit“ sieht auch **Thilo Burucker** Tools wie ChatGPT. Für den Head of Sales beim Cloud-Software-Anbieter **Filosof by Scopevisio** stellt sich nicht die Frage der Vor- und Nachteile: „Es ist vielmehr die Frage, was wir daraus machen. Und nutzen wir nicht längst schon unterbewusst künstliche intelligente Systeme? Sobald wir die Technologie besser verstehen, werden wir die Vorteile noch unaufhaltsamer nutzen können. Dann ist KI für jeden ein Hilfsmittel. Die Zukunft wird dadurch nicht schlechter, sondern erst einmal nur anders.“ Der Sorge um Kontrollverlust stellt der Backoffice-Profi eine Argumentation entgegen: „Aus meiner Sicht ist das Gegenteil der Fall. Mit der eingesparten Zeit beim Wegfall von einfachen, wiederkehrenden Tätigkeiten lässt sich weitaus ergebnisorientierter und kontrollierter arbeiten. So steigern wir die Konzentration aufs Wesentliche – also auch auf den Gast. Nebenbei werden Kosten eingespart und der Fachkräftemangel ausgeglichen. Ziel sollte sein, dass wir durch KI so viel Freiraum für Mitarbeiter und Gäste schaffen, dass sie einerseits unsichtbar bleibt, wir aber dadurch maximale Produktivität im Hotel gewährleisten können.“

Vorschlag: Künstliche Intelligenz kennzeichnen

Im Tiroler **Hotel Jungbrunn** ist bereits ein Recruiting-Chatbot im Einsatz, zu dem Job-Interessenten via Social-Media-Anzeigen gelangen: „Mit einem Klick auf ‚Ja, ich möchte Euch kennenlernen‘ beginnt der Bewerbungsprozess“, berichtet der externe Berater **Stephan Waltl** von microgast. Zudem gebe es einen WhatsApp-Client, der von Mitarbeitern beantwortet werde. Denn: „Menschen sind in allen Bereichen unersetzbar, die Maschinen noch nicht können. Dazu gehören unter anderem Empathie, Zuwendung, Verständnis sowie Arbeitsschritte, die viel Fingerspitzengefühl oder Vorsicht verlangen.“ Grundsätzlich sieht Waltl einen schmalen Grat zwischen Fiktion und Wirklichkeit. „Daher sollte auf jeden Fall gekennzeichnet werden, wenn etwas durch künstliche Intelligenz erstellt wurde.“

Unterstützung im Fachkräftemangel, Fehler passieren trotzdem

„Erstaunliche Ergebnisse“ etwa beim Schreiben (lassen) ihres Blogs mit ChatGPT sammelte **Sonja Miko** vom österreichischen Spezialreiseveranstalter **Indigourlaub**, künftig textet sie aber bevorzugt wieder selbst – denn „ganz ohne menschlichen Touch ist es einfach nicht Indigo-like“. Im Kontext des Fachkräftemangels sieht sie die Möglichkeit auf schnelle Abhilfe, trotzdem ist eine weitere Implementierung von KI derzeit kein Thema im Betrieb. „Ich denke aber, dass im Speziellen im Tourismus, in der Hotellerie und Gastronomie die KI in der Administration unterstützend sein kann. Im Kerngeschäft, also der Arbeit mit dem und für den Gast, wird der Faktor Mensch auch in Zukunft entscheidend dafür sein, ob Betriebe erfolgreich sind oder nicht.“ Wegen des Personalmangels sieht auch **Vanessa Freisberg** vom **Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg** Chancen für die Unterstützung durch künstliche Intelligenz, etwa beim Check-in oder bei der Abwicklung von Direktbuchungen, betont aber ebenfalls: „Fehler können und werden passieren – ob von der Technik oder dem Menschen verursacht. In unserer Hotelkategorie wird der direkte Gästekontakt unabdingbar bleiben.“

Verärgerte Gäste durch Chatbots und der Faktor Mensch im „Emotions-Business“

Bei **Haubers Naturresort** in Oberstaufen/Allgäu genießt KI den Status als Neuheit mit Vor- und Nachteilen. Simple Abläufe etwa ließen sich gut digitalisieren, auch beim Thema der Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit von Informationen für Gäste dominierten die Pro-Argumente. Doch je individueller die Anfrage, desto größer auch die potenzielle Fallhöhe, sagt Geschäftsführerin **Eva Hauber**: „Ein unangenehmes Szenario sind für mich verärgerte Gäste, die im Buchungsprozess den persönlichen Kontakt suchen und sich durch die Fragen eines Chatbots kämpfen, um schließlich frustriert die Urlaubssuche abzubrechen oder gar bei einem Wettbewerber zu buchen.“ Auch im Hintergrund sehe man „soft facts“ wie die Demotivation der Mitarbeitenden aufgrund von unzufriedenen Gastanrufen als brandgefährlich in der Zeit des Fachkräftemangels, während wiederum die Mitarbeitersuche durch KI vereinfacht werde. Für standardisiert organisierte Unternehmen mit geringem Individualisierungsgrad könnten ChatGPT und Co. eine enorme Erleichterung sein, für persönlich agierende Betriebe wie privat geführte Hotelunternehmen eine Gratwanderung. Im direkten Austausch und in kleinen bis mittelständischen Familienunternehmen, „im Emotions-Business sozusagen“, bleiben Menschen für Eva Hauber unersetzlich.

ChatGPT auf Wissensstand 2021: Schnell und unpräzise, Gespür versus Kontrollbedarf

IT-Experte **Jan Wischnat** von **Füssen Tourismus und Marketing** steht dem Thema aufgeschlossen

gegenüber. Vorteile sieht er etwa beim schnelleren Auswerten komplexer Informationen wie einer Zusammenfassung aus Fließtexten in Tabellen. Herausforderungen birgt der hohe Kontrollbedarf, da oft ungenaue und manchmal sogar komplett falsche Informationen präsentiert werden: „Bis jetzt gibt es keine Möglichkeit, ChatGPT dauerhaft und sitzungsübergreifend eigenes Wissen anzutrainieren“, sagt Jan Wischnat. So arbeite die KI noch immer mit einem Informationsstand von 2021. Deswegen werde sie auf Dauer auch keine Menschen ersetzen, erst recht nicht im Urlaub: „Echte Gastfreundschaft oder persönliche Begegnungen, die das Herz berühren und das Leben bereichern, so etwas wird eine künstliche Intelligenz nie bieten.“ **Tine Geschke** von **Bad Reichenhall Tourismus** findet ChatGPT „sehr interessant, wenn auch noch nicht sehr präzise, wenn es um passgenaue und verständliche Texterstellung geht“. Gerade im Tourismus wolle man zielgruppengenau emotionale Geschichten transportieren: „Vielleicht können Chatbots der Zukunft die Gefühlsebene berücksichtigen oder ethische Fragestellungen beantworten. Derzeit würde ich mich aber doch eher auf das sprachliche, kreative und intellektuelle Gespür von Menschen verlassen.“

Menschliche Meisterleistungen verhinderten die Insolvenz

Ein Beispiel von **Manfred Häupl**, Inhaber und Geschäftsführer des Münchner Slow-Trekking-Anbieters **Hauser Exkursionen**, zeigt die Unverzichtbarkeit handgemachter Krisenkommunikation anhand der Corona-Pandemie auf: „Nach dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 herrschte Panik und Unklarheit in der Branche. Kunden forderten möglichst schnell ihre An- bzw. Restzahlungen zurück, was in Summe und Konsequenz das Aus für Hauser Exkursionen bedeutet hätte. Vorschläge, auf Gutscheine auszuweichen, sorgten für Verärgerung. Daraufhin haben wir uns besonnen und entschieden, mit jedem Kunden persönlich zu sprechen und darum zu bitten, das Geld gegen eine kleine Verzinsung bei uns stehenzulassen. Daraus entwickelten sich viele bewegende Gespräche, zwei Drittel unserer Kunden kamen dem tatsächlich nach – eine Meisterleistung unserer Service-Mitarbeitenden, die oft mehr Telefonseelsorge betrieben haben als erwartet. Damit war die Liquidität für die folgenden Monate gerettet. Ich bin überzeugt, dass diese Form der Empathie auf Jahre hinaus kein Chatbot leisten kann.“ Potenzielle Gefahr lauert für Manfred Häupl immer, wenn künstliche Intelligenz Vollmachten ohne menschliche Rückkopplung erhalte: „Ich möchte nicht, dass ein System darüber entscheidet, ob ich operiert werden muss oder nicht. Solche Szenarien existieren in der Science-Fiction-Welt längst. Zurück auf die Erde: Solange die menschliche Komponente und die Hierarchie gewährleistet werden, könnte ich mir die ChatGPT-Kumpels als ‚Gefährten‘ vorstellen.“

„Traumszenario für alle“ - Outsourcing an künstliche Intelligenz

Einen abschließenden Blick in die Zukunft wagt erneut **Thilo Burucker** vom Cloud-Software-Anbieter **Filosof by Scopevisio** mit dem gastgeberorientierten Credo „simplify your daily hotel business“: „Kein Prozess wird automatisch effizienter und besser, nur weil du ihn digitalisierst. Ein Prozess wird effizienter und besser, weil du ihn neu denkst und die KI damit befähigst, es besser und effizienter zu machen. Somit gelingt eine Verlagerung regelbasierter Tätigkeiten vom Menschen zur Software. Letztlich ist das ein Outsourcing an die KI und somit eine Entlastung für Arbeitskräfte. Das bedeutet, dass komplexere Aufgaben mit einer höheren Qualität schneller erledigt werden. Außerdem können Mitarbeiter dadurch nicht-zeitgebundene Tätigkeiten auf bestimmte Tageszeiten verlegen. So lässt sich die Arbeit dem Alltag der Angestellten anpassen und nicht andersherum. Das ist ein absolutes

Traumszenario für alle.“

Pressekontakt

Jessica Thalhammer

+49 8807 21490-15

jessica.thalhammer@hermann-meier.de

Tom Carlos Kupfer

+49 8807 21490-14

tc.kupfer@hermann-meier.de

AHM Kommunikation

Lachener Straße 4

D-86911 Diessen am Ammersee

+49 8807 21490-0

info@hermann-meier.de

www.hermann-meier.de