

KI als Schlüssel von Schwarzwald Tourismus

Mit dem Ziel, ihre digitale Kommunikation zukunftssicher zu gestalten, hat die Destination Schwarzwald die Markenbotschafterin Schwarzwald Marie zu einer KI-gestützten Botschafterin weiterentwickelt.

Künstliche Intelligenz (KI) wird in sämtlichen Branchen heiß diskutiert – so auch im Tourismus. Um die Anwendungsmöglichkeiten und Zukunftspotenziale der Technologie in diesem Sektor auszuloten, führte das Bayerische Zentrum für Tourismus (BZT), Kempten, im April 2024 eine umfassende Analyse durch.

Die Initiatoren der Analyse kamen zu dem Ergebnis, dass KI im Tourismus bislang eher selten eingesetzt wird. Zwar nutzen viele Unternehmen KI-gestützte Tools wie ChatGPT, Dall-E und Midjourney für die textbasierte Content-Erstellung und Bildbearbeitung im Marketing und im Arbeitsalltag, doch bei der inhaltlichen Angebotsgestaltung sowie der Markt- und Zielgruppenanalyse besteht noch Nachholbedarf.

Dennoch bietet KI im Tourismus ein vielversprechendes Aktionsfeld, wie einige Best-Practice-Beispiele aus Deutschland verdeutlichen.

KÖLN & REGENSBURG MEET KI

Die KölnTourismus GmbH beispielsweise hat Ende November 2023 ein KI-Tool zur Content-Erstellung vorgestellt. Visit-KölnGPT – so der Name des Projekts – unterstützt die Mitarbeitenden der Destinationmanagementorganisation beim Verfassen von Texten für Blog, Website und Social-Media-Kanäle durch vorgefertigte Templates. Zudem kommt die KI bei der Erstellung von touristischen Datensätzen (Points of Interest, Touren, Events und Attraktionen) zum Einsatz.

In einem Interview mit PUBLIC MARKETING (siehe Ausgabe 3/2024) beschrieb Claudia Neumann, Leiterin der Stabsstelle Unternehmenskommunikation, das Tool als

ein „Dashboard mit Schaltflächen für verschiedene Textarten und Kanäle“. Das System sei darauf ausgelegt, die typische Struktur von Texten für unterschiedliche Kanäle sowie die Kommunikationsbedürfnisse der Zielgruppen zu erkennen. Dies ermögliche es, die KI so zu steuern, dass Texte in Stil und Rhetorik den jeweiligen Anforderungen entsprechen.

Ein weiteres Beispiel findet sich in Regensburg: Die Regensburg Tourismus GmbH hat ihren Mitarbeitenden der Tourist-Information im April 2024 einen virtuellen Kollegen zur Seite gestellt. Seitdem können sich Gäste bei der Suche nach touristischen Angeboten von einem KI-Chatbot beraten lassen. Dieser

Freundlich und offen, neugierig, mutig, inspirierend und authentisch, bodenständig und stolz auf ihre Heimat – das sind die Charaktereigenschaften der Schwarzwald Marie

ist auf der Website regensburg-tourismus.de integriert und rund um die Uhr verfügbar.

Die KI ist direkt mit der Datenbank verknüpft und passt so den Dialog individuell an die Nutzeranfrage an, wodurch der Eindruck eines Gesprächs mit einem realen Mitarbeitenden von Regensburg Tourismus entsteht. Sabine Thiele, Geschäftsführerin der Tourismusorganisation, betonte beim Launch: „Wir wollen die Instrumentarien der Zukunft nicht nur beobachten und beäugen. Wir wollen sie nutzen und im Bereich des Tourismus auch einsetzen!“

ZWISCHEN TRADITION UND MODERN

Auch die Schwarzwald Tourismus GmbH (STG), Freiburg, setzt zukünftig auf Künstliche Intelligenz in der Kommunikation. Den Auftakt bildet eine Kampagne, die den Schwarzwald als eine und weltoffene Destination darstellt, ohne dabei seine traditionellen Werte vernachlässigen.

Saint Elmo's Touristik, die hierfür die aus SchwarzwaldMarie“ zu einer echten Botschafterin. Die Schwarzwald Marie ist eine Frau in der Mode, die den Schwarzwald und seine Traditionen

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 18 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!



Foto: Schwarzwald Tourismus