



Analysierende KI
- bessere Entscheidungen
mit Daten



GERMAN ANGST

....

Die Auswirkungen dieser Entwicklung sind nicht absehbar. Zur Sicherheit machen wir also lieber erstmal gar nichts.



KEINE ANGST,
ES IST NUR NEU.

Teejit GmbH



Benedikt Handel

Geschäftsführer

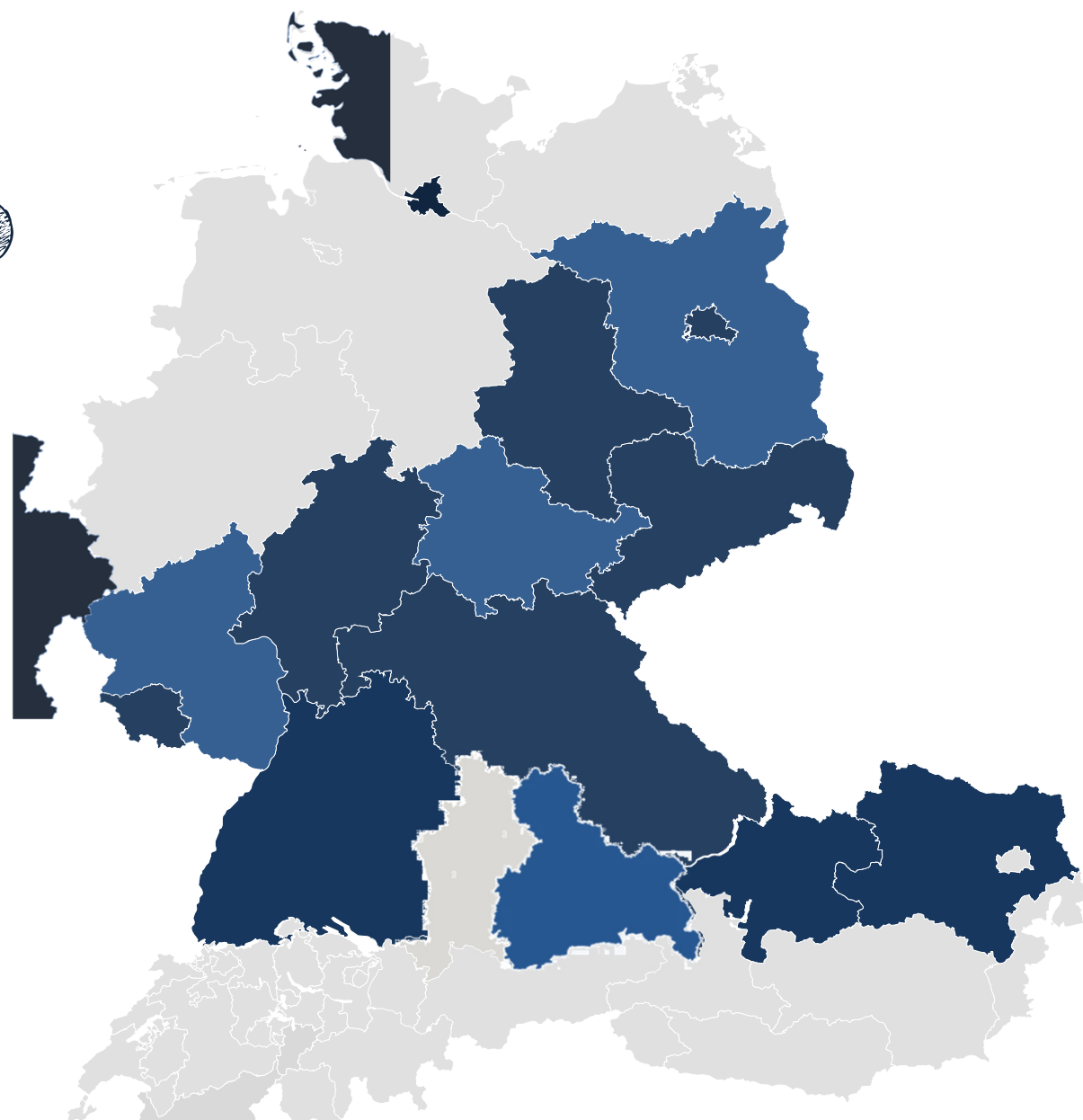
Email: benedikt@teejit.de

Phone: +491789314574

UNSER WIRKUNGSFELD

**Software- +
Contentlösung**

Contentlösung





- Start
- Meine markierten Kurse
- Meine Veranstaltungen
- Zertifikate
- Meine Kanäle**
- Aktuelle Lernthemen (Demoversion)
- Intranet: Hotel Berger
- Digitalisierungsoffensive Donauregion
- eCommerce in der Hotellerie (by incert)
- netzvitamineAKADEMIE
- visitBerlin - Intern
- visitBerlin - TourismusHub

- Start
- Veranstaltungen
- Zertifikate

- Profil
- Ausloggen ↗

Willkommen, Dirk Weidemann!

Willkommen auf unserer Wissens- und eLearning-Plattform! Hier finden Sie ein breites Angebot an eLearning-Kursen, interaktiven Schulungsreihen, Seminaren, Webinaren und anderen Veranstaltungen. Sie haben auch die Möglichkeit, Inhalte von Verbänden, Vereinen, Unternehmen oder anderen Organisationen, bei denen Sie Mitglied sind, in Ihr Konto hochzuladen.

Aktuelle Lernthemen (Demoversion)
Willkommen auf unserer Demo!
19.02.2026

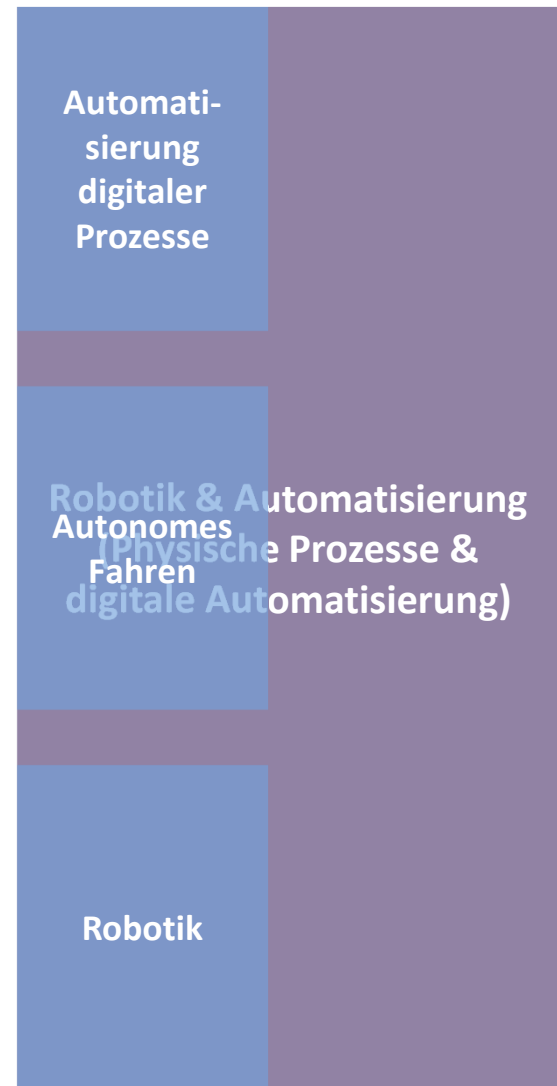
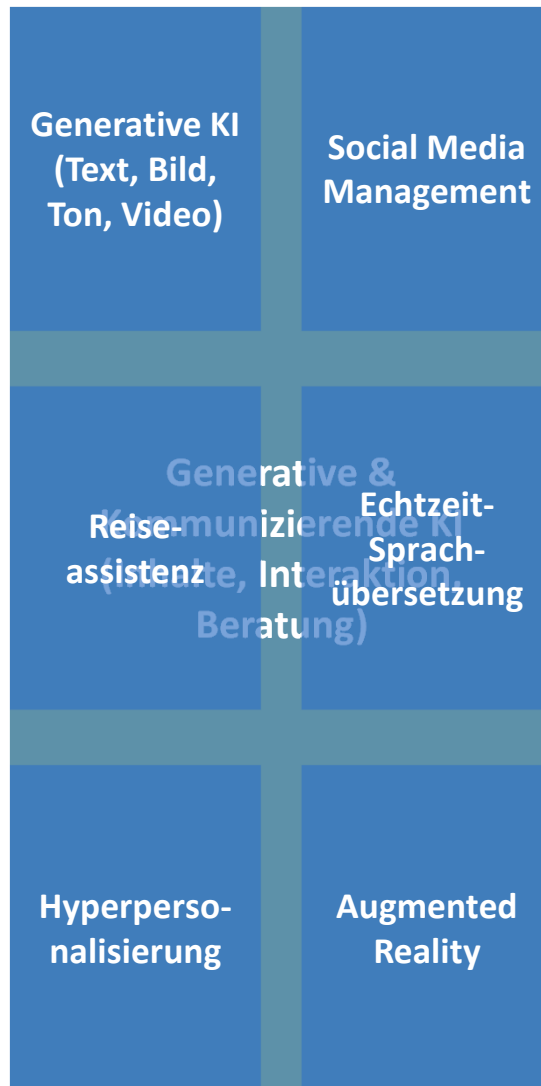
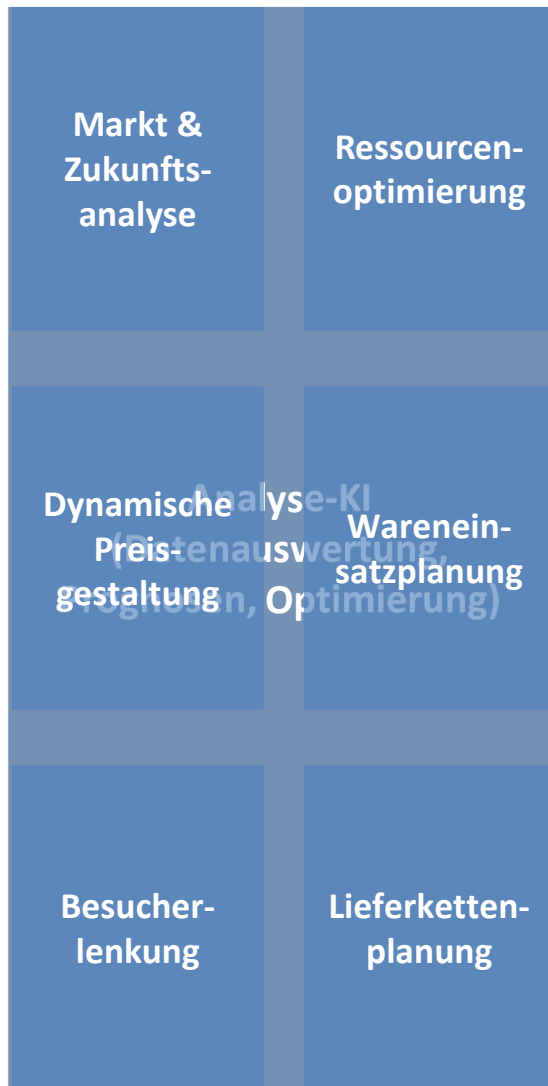
[Weitere News](#)

- Alle Kanäle anzeigen
- Aktuelle Lernthemen (Demoversion)
- Intranet: Hotel Berger
- Digitalisierungsoffensive Donauregion
- eCommerce in der Hotellerie (by incert)
- netzvitamineAKADEMIE
- visitBerlin - Intern
- visitBerlin - TourismusHub
- Weserbergland Tourismus



DAS TEAM

Unser Team vereint Medien- und IT Kompetenz mit langjähriger Tourismusexpertise. Wir verstehen Ihre Anliegen!



KI Webinarreihe IHK NRW

18.03 10-11:30

Webinar 1: Analysierende KI – bessere Entscheidungen mit Daten

15.04 10-11:30

Webinar 2: Generative KI (1) – Effektiveres Texting und Sprachsynthese

20.05 10-11:30

Webinar 3: Generative KI (2) – Von der Bildererstellung bis zur Videobearbeitung

24.06 10-11:30

Webinar 4: Automatisierung & Robotik – Digitale Prozessautomatisierung verstehen und Ausblick in die Zukunft der Robotik

AGENDA

- 
- 01** Einführung
 - 02** Deep Research
 - 03** Websuche
 - 04** Datenmanagement
 - 05** Sonstiges
 - 06** Rechtliches/Ethisches



Deep Research mit KI

ChatGPT, Perplexity, Gemini und co als persönliche
Analysten

Was ist Deep Research?

KI durchsucht eigenstaendig Hunderte Webseiten, wertet sie aus und liefert einen strukturierten Bericht mit Quellenangaben - in 5 bis 30 Minuten



Zeitersparnis

Stundenlange Google-Recherche wird zu 30 Minuten KI-Arbeit



Treffericherheit

Hunderte Quellen werden gleichzeitig ausgewertet und priorisiert



Strukturiert

Fertige Berichte mit Quellenangaben, Tabellen und Zusammenfassungen



Erschwinglich

Ab 0 Euro - kostenlose Versionen reichen fuer Einsteiger



Mehrsprachig

Recherche auf Englisch, Ausgabe auf Deutsch - kein Problem



Aktuell

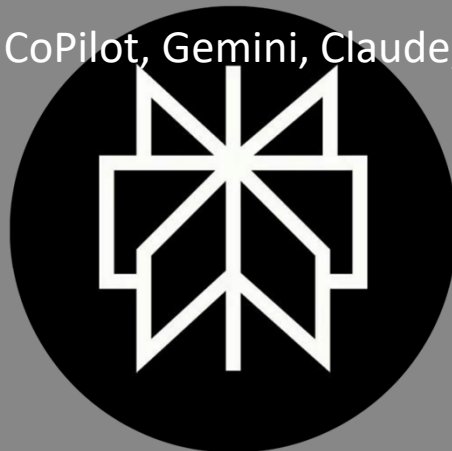
Echtzeit-Websuche - nicht auf Trainingsdata von 2023 beschaenkt




IMMER MEHR DIENSTE

....

ChatGPT, CoPilot, Gemini, Claude, Perplexity, Mistral




ChatGPT 

ChatGPT 4 ▾

Gemeinwohlorientiert...

Sicherheitsregeln auf ...

Prompt Challenger 

Ai PDF

Explore GPTs

Previous 7 Days

New chat

Till: How To Newsletter

Till: Lernletter Anleitung

Previous 30 Days

Bestandsaufnahme des Status qu...

Innovatives Netzwerktreffen in Old...

Bastian: Hamburger Schnack: Aus...

SkillTour Ausgangskonzept - Zusa...

Prompts für Herausforderung erst...

Refer a friend NEW

Add Team workspace
Collaborate on a Team plan

BA Bastian Hiller





How can I help you today?

Explain why popcorn pops
to a kid who loves watching it in the microwave

Give me ideas
for what to do with my kids' art

Come up with concepts
for a retro-style arcade game

Compare business strategies
for transitioning from budget to luxury vs. luxury to b...

 Message ChatGPT... 

ChatGPT can make mistakes. Consider checking important information.



- 📄 Neuer Chat
- 🔍 Chats suchen
- 🖼️ Bilder
- 📄 Apps
- 🔍 Deep Research
- 🔄 Codex

Sag mir, wenn du so weit bist.

- GPTs
- 📄 Bewertungsbeantworter
 - 📄 Ausflugs GPT für Eupen
 - 🌐 Alles rund um den Weihnac...
 - 📄 GPTs erkunden

+ Ich bi| I



- Projekte
- 📄 Neues Projekt
 - 📄 ...
 - 👤 Benedikt Handel Plus

Die 4 wichtigsten KI-Research-Tools im Vergleich

Tool	Preis	Deep Research	Websuche	Beste Staerke
ChatGPT Plus	20 \$/Mo	25/Mo	✓ Ja	Vielseitigkeit, GPT-4o
Perplexity Pro	20 \$/Mo	Unlimitiert	✓ Ja	Schnelle Recherche, Quellennachweis
Claude Pro	20 \$/Mo	Websuche inklus.	✓ Ja	Lange Texte, Dokumentenanalyse
Gemini AI Pro	19,99 \$/Mo	20/Tag	✓ Ja	Google-Integration (Gmail, Drive)
KOSTENLOS starten	0 Euro	3-5/Tag	begrenzt	Einstieg ohne Risiko

Tipp: Gemini AI Plus (7,99 \$/Mo) = guenstigster Deep Research Einstieg | ChatGPT Free + Perplexity Free als Nullkosten-Start

8 Anwendungsfälle fuer Ihren Betrieb

1 Wettbewerbsanalyse

Top-5-Konkurrenten analysieren, Preise + Bewertungen

2 Trendrecherche

10 Tourismus-Trends 2026 mit KMU-Relevanz und Umsetzungsideen

3 Fördermittel finden

NRW, Bund, EU - aktuelle Foerderungen als Tabelle aufgelistet

4 Bewertungsantworten

Personalisierte, mehrsprachige Antworten auf Google/Booking

5 Speißekarten-optimierung

Gewinntreibergerichte identifizieren, Allergene, Beschreibungen

6 Social-Media-Plan

Redaktionsplan fuer 4 Wochen mit Bildideen und Hashtags

7 Marktanalyse

Zielgruppenprofile, Herkunftslander, Buchungsverhalten analysieren

8 Rechtliche Kurzrecherche





Erstrecherche zu neuen Gesetzen/Pflichten (immer Fachmann fragen!)

Google Trends: Kostenlos & sofort nutzbar

Beispiel-Fragen für Google Trends

- Hotel Sauerland - Wann suchen die meisten?
- Ferienwohnung NRW - Welche Regionen boomen?

Quick Tips

-  Immer auf Region filtern (DE oder NRW)
-  Vergleich 5 Jahre für Saisonmuster
-  "Related queries" für neue Keywords
-  Wettbewerber direkt vergleichen

Prompt-Vorlage: Wettbewerbsanalyse

Rolle: Du bist ein erfahrener Tourismusberater.

Kontext: Ich betreibe ein 3-Sterne-Hotel mit 40 Zimmern in [ORT, NRW].

Aufgabe: Erstelle eine Wettbewerbsanalyse meiner 5 wichtigsten Konkurrenten im Umkreis von 20 km.

Berücksichtige dabei:

- Preisniveau (Wochentag vs. Wochenende vs. Hochsaison)
- Durchschnittliche Online-Bewertungsnote (Booking, Google)
- Erkennbare Alleinstellungsmerkmale
- Social-Media-Aktivität (Posts/Woche, Followerzahl)

Format: Vergleichstabelle + 5 konkrete Handlungsempfehlungen fuer mich.

Grundregeln: Kontext geben | Rolle zuweisen | Klare Aufgabe | Format definieren | Iterativ verfeinern

Grenzen und Risiken: Was KI NICHT kann

Halluzinationen

HOCH

KI erfindet ueberzeugend klingende aber falsche Fakten: gefaelschte Statistiken, erfundene Gesetze, nicht existierende Foerderprogramme. Immer gegenchecken!

Aktualität

MITTEL

Auch mit Websuche koennen veraltete Seiten zitiert werden. Besonders bei Foerderprogrammen, Oeffnungszeiten und Preisen immer direkt pruefen.

Datenschutz (DSGVO)

HOCH

NIEMALS Gaeste-Namen, E-Mails oder persoenliche Daten in freie KI-Tools eingeben. Business-Plaene nutzen (kein Training mit Ihren Daten).

Sprachbias

NIEDRIG

Englischsprachige Quellen werden uebergewichtet. Fuer lokale NRW-Marktanalysen explizit auf deutsche Quellen hinweisen.

Goldene Regel: KI-Ergebnis ist IMMER ein Entwurf. Menschliche Kontrolle behalten!



KI-betriebene Websuche

.....

AI Overview

Learn more

Um in Deutschland nachhaltig zu reisen, wählen Sie umweltfreundliche Verkehrsmittel, bevorzugen lokale Anbieter und respektieren die lokale Kultur. Achten Sie auf nachhaltige Unterkünfte und verzichten Sie auf Einwegartikel.



Nachhaltiges Reisen: Die 12 wichtigsten ADAC Tipps

18 Mar 2025 — Für einen ökologisch nachhaltigen Urlaub bieten sich auch zahlreich...

ADAC



Nachhaltige Verkehrsmittel:

- Bahn und Bus:** Diese sind in der Regel klimaschonender als Flugreisen oder das Auto.
- Fahrrad:** Perfekt für den Urlaub in der Natur oder in Städten mit gut ausgebautem

Show more

Urlaubsreisen - Umweltbundesamt

27 Oct 2022 — So sind Sie beim nächsten Urlaub klimafreundlich unterwegs * Bevorzuge...

Umweltbundesamt

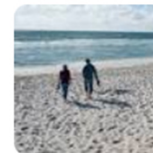


Greenpeace

https://www.greenpeace.de > fuerf... - Translate this page

Fünf Tipps für nachhaltiges Reisen

gute Anbindung an den Nahverkehr oder Fahrradverleih · gesundes Angebot an





Phocuswright 2025



Generationenunterschiede



(Phocuswright, Deloitte, Statista)

AI-Overview – eine Ergänzung?



Von Suche zu KI-Dialog: Lineare Reiseplanung wird durch konversationelle KI ersetzt – Inspiration, Verfeinerung und Buchung in einem Interface.



Klicks brechen ein: Mit AI Overviews sinkt die organische Klickrate um 61 %, die bezahlte um 68 %.







KI als Hauptkanal: Für aktive GenAI-Nutzer ist KI bereits der wichtigste Kanal für Reise-Discovery – vor OTAs und Social Media.



Deutschland: viel Potenzial: Nutzung noch niedrig, aber hohe Offenheit für komplett KI-geplante Reisen.

Akteure & Funktionsweise

-  **Google AI Mode:** Kombiniert Suche, Maps & Bewertungen, Buchung über Partner – kein OTA-Anspruch.
-  **ChatGPT Apps & Operator:** Booking & Expedia direkt im Chat, Operator bucht autonom.
-  **Perplexity AI:** Erste KI mit nativer Hotelbuchung, ~140.000 Hotels, teils 0 % Provision.
-  **OTAs als KI-Agenten:** Booking AI Trip Planner, Expedia Romie, kayak.ai mit KI-Vergleichen.

(PhocusWire, Skift, eHotelier Insights, CNBC, Selfbook, Booking.com, Expedia, Travel Weekly)



GEO – Die Evolution von SEO

- ➔ **Direkte Antworten:** Statt Keywords – KI-Anfragen umfassen 23 Wörter (vs. 4 bei Google).
- 🌐 **Semantische Relevanz:** Entitäten und Kontext statt reiner Keyword-Dichte.
- ❓ **W-Fragen integrieren:** Wer, Was, Wo, Wann, Warum, Wie – passend zum KI-Suchverhalten.
- ✅ **E-E-A-T stärken:** Expertise, Erfahrung, Autorität und Vertrauenswürdigkeit.

GEO-Markt: 886 Mio. USD (2024) → 7,3 Mrd. USD bis 2031 (CAGR 34 %)

(Digidop, Onely, BrandRadar, Die gute Nachricht)

GEO – Die Evolution von SEO

-  **Direkte Antworten:** GPT und Perplexity bevorzugen seriöse Quellen. Sorge dafür, dass andere dich zitieren und verlinken (klassisches Linkbuilding).
-  **Stelle sicher, dass deine Website nicht durch robots.txt oder NoIndex-Tags blockiert ist.**

GEO-Markt: 886 Mio. USD (2024) → 7,3 Mrd. USD bis 2031 (CAGR 34 %)

(Digidop, Onely, BrandRadar, Die gute Nachricht)

Google Free Booking Links

Die unterschätzte Chance – keine Provision, keine Gebühren

25 %

zusätzliche
Buchungen

WebHotelier

75 %

zusätzliche
Buchungen

Choice Hotels

70 %

zusätzliche
Buchungen

IHG

65 %

zusätzliche
Buchungen

AccorHotels

Voraussetzungen: Verifiziertes Google Business Profile + Google-autorisierter Konnektivitätspartner (z. B. Cloudbeds, Lighthouse)

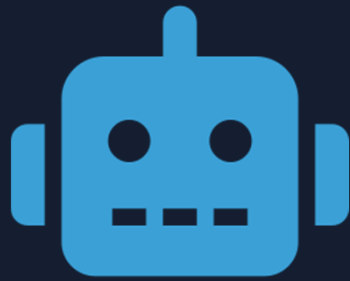
(Google, Formula, WebHotelier)

◆ AI Overview

Um Google-Konnektivitätspartner (insb. für Hotels/Reisen) zu werden, müssen Sie Ihr Unternehmen über das [Hotel Center](#) registrieren, technische Anforderungen erfüllen und eine Zertifizierung durchlaufen. Dies ermöglicht die Integration von Hoteldaten in Google.

Schritte zur Registrierung als Konnektivitätspartner:

- 1. Unternehmen registrieren:** Füllen Sie das Registrierungsformular für [Konnektivitätspartner](#) im Google Hotel Center aus. Geben Sie Details zu Ihrem Unternehmen an.
- 2. Integration entwickeln & testen:** Entwickeln Sie die notwendigen Feeds (Preise,



KI- Buchungs- agenten

Die neuen Türsteher der Reisebranche



Search bar with 'Köln' and 'Suchen' button

- Favorites, Warenkorb, DE/EUR €, Profil

Erkunde Köln • Interessante Orte ▾ Unternehmungen ▾ Inspiration ▾

- Filter, Dates, Nachttouren, Bootstouren, Reisedienstleistungen, Rundgänge, Bier, Führungen, Museen, Nach >

196 Ergebnisse: Köln ⓘ

Top-Empfehlung: Top-Sehenswürdigkeiten Rheinfahrt – Skyline-Tour. 4.4 stars (3,066). Ab 24 €.

Zertifiziert durch GetYourGuide: Panoramastadtrundfahrt. 4.2 stars (5,709). Ab 20 €.

Neu: Geführte Tour durchs NS-Dok / Gestapo-Gefängnis auf Italienisch. 1,5 Stunden. Ab 24 €.

Zertifiziert durch GetYourGuide: Brauerei Tour mit 3 Kölsch-Verkostungen. 4.7 stars (3,160). Ab 28 €.





Thumbnail for 'Hohe Nachfrage' tour

Thumbnail for 'Hohe Nachfrage' tour

Thumbnail for 'Hohe Nachfrage' tour

Thumbnail for 'Hohe Nachfrage' tour

Was sind KI-Buchungsagenten?

-  **Vollautomatisierte Buchung:** KI steuert das System selbst.
-  **Neue Gatekeeper:** Hotels außerhalb der KI-Datensätze sind für KI-Reisende unsichtbar.
-  **Agentisch & autonom:** KI plant, vergleicht und bucht selbstständig im Dialog.
-  **Distributionswandel:** Sichtbarkeit verlagert sich von SEO & OTAs zu KI-Systemen.

(Phocuswright, Seer Interactive, Accenture, PhocusWire)



KI-Assistenten: Die neuen Gatekeeper.

Besucher über KI-gesteuerte Suchen sind
4,5-mal wertvoller als traditionelle
organische Suchbesucher.

PhocusWire, @noblestudios



GEO – Die Evolution von SEO


- ➔ **Direkte Antworten:** Statt Keywords – KI-Anfragen umfassen 23 Wörter (vs. 4 bei Google).
- 🌐 **Semantische Relevanz:** Entitäten und Kontext statt reiner Keyword-Dichte.
- ❓ **W-Fragen integrieren:** Wer, Was, Wo, Wann, Warum, Wie – passend zum KI-Suchverhalten.
- ✅ **E-E-A-T stärken:** Expertise, Erfahrung, Autorität und Vertrauenswürdigkeit.
- ❓ **Direkte Antworten:** GPT und Perplexity bevorzugen seriöse Quellen. Sorge dafür, dass andere dich zitieren und verlinken (klassisches Linkbuilding).
- ✅ **Stelle sicher, dass deine Website nicht durch robots.txt oder NoIndex-Tags blockiert ist.**
- 💡 **„Entity Mapping“** -> Konsistente Benennung, Interne Verlinkung, Alternative Namen





Marke und Positio- nierung

Werden zur stärksten Waffe

Warum klare Differenzierung jetzt überlebenswichtig ist

 **Emotionale Markenverbindung:** In einer KI-kuratierten Welt wird sie zum einzigen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil für Hotels.

 **Marke als „Competitive Moat“:** Vertrauenswürdige Marken bieten strategische Absicherung – weit mehr als nur Bekanntheit.

 **KI-Misstrauen:** 45 % misstrauen KI-Inhalten, die „unpersönlich“ wirken, 41 % solchen, die „nicht authentisch“ sind (Accenture).

Vertrauen in KI-Content sinkt

20 %

vertrauen KI selbst

21 %

vertrauen KI-Unternehmen

46 %

bereit, KI zu vertrauen
(KPMG, 48.000 Befragte)

KI-gekennzeichnete Inhalte werden negativer wahrgenommen – **besonders bei emotionalen Aspekten.**

(NIM, KPMG/University of Melbourne, Marc Heiss)

Die sechs Säulen des „Anti-KI-Contents“



Lokales Wissen

67 % priorisieren
authentische Erlebnisse



User Generated Content

84 % vertrauen Marken
mit UGC mehr



Behind-the- Scenes

40 % höheres
Engagement (TikTok)



Persönliche Geschichten

Gastgeber & Mitarbeiter
bauen Vertrauen auf



Insider-Tipps

Differenzierung über
das Bett hinaus



Video- Storytelling

82 % des gesamten
Internet-Traffics



Buchungs-Customer-Journey

Awareness
Aufmerksamkeit

Consideration
Information/ Abwägung

Purchase
Kauf

Retention
Kundenbindung

Advocacy
Empfehlung

TRADITIONELLE WEB-SUCHE:

kein direkter Kontakt

direkter Kontakt

MIT KI-OVERVIEW UND KI-SUCHE:

kein direkter Kontakt

direkter Kontakt

MIT AGENTIC BROWSERN UND KI-AGENTEN:

kein direkter Kontakt

direkter Kontakt



Menschlichkeit als Differen- zierungs- faktor

Der ultimative Wettbewerbsvorteil

High-Tech-High-Touch-Modell

KI übernimmt

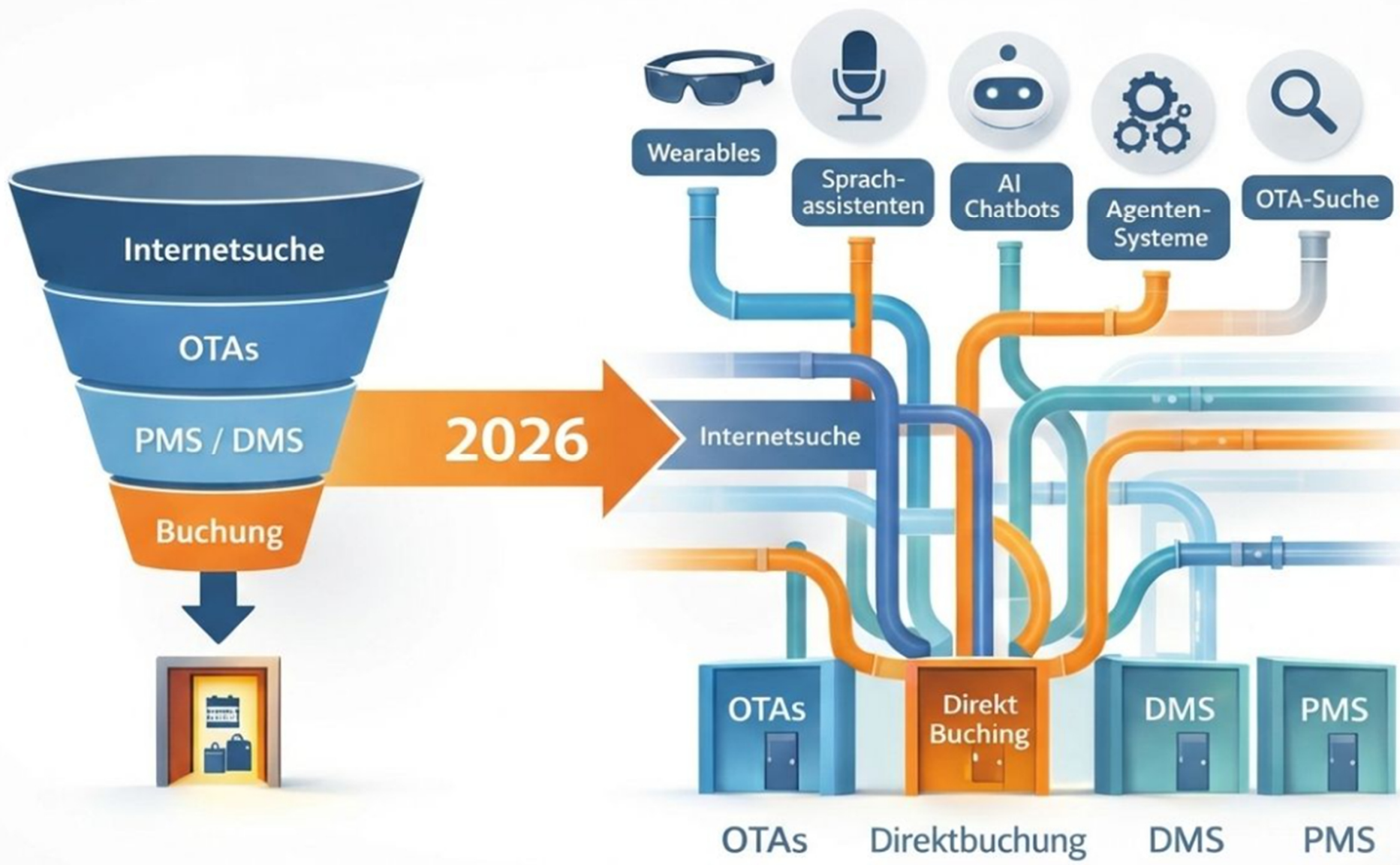
- ✓ Check-in / Check-out
- ✓ Einfache Anfragen & FAQ
- ✓ Übersetzungen
- ✓ Preisvergleiche
- ✓ Bewertungsbeantwortung

Mensch glänzt

- ♥ Concierge-Services (nur 9 % für KI)
- ♥ Beschwerdemanagement
- ♥ Emotionale Interaktionen
- ♥ Überraschungsmomente
- ♥ Komplexe Problemlösung

Are Morch: „Menschliche Verbindungen werden zur neuen Luxuskategorie.“

(ScienceDirect, Hospitality Net, Are Morch)



Bildidee: eCoach.at



Was kann ich in Bayreuth machen und kaufen?

Eremitage: Eine historische Parkanlage mit Wasserspielen, dem Alten und Neuen Schloss sowie dem Sonnentempel. [Wikipedia – Die freie Enzyklopädie](#)

Neues Schloss und Hofgarten: Ein Rokoko-Schloss mit kunstvollen Innenräumen und einem weitläufigen Garten, ideal für Spaziergänge. [Erliebe Bayern](#)

1. 🎭 **Besuch des Markgräflichen Opernhauses (UNESCO-Welterbe)**

Das Markgräfliche Opernhaus gilt als eines der schönsten und am besten erhaltenen Barocktheater Europas. Es wurde zwischen 1744 und 1748 im Auftrag der Markgräfin Wilhelmine erbaut und ist seit 2012 UNESCO-Weltkulturerbe. Besonders beeindruckend sind die kunstvoll gestalteten Logen und die prächtige Innenausstattung. [Bayreuth.de +6](#)

Für weitere Informationen und aktuelle Veranstaltungen empfiehlt sich ein Besuch der offiziellen Tourismus-Website von Bayreuth: [bayreuth-tourismus.de](https://www.bayreuth-tourismus.de)

Garbage In, Garbage Out

Schlechte Daten

- ✗ Doppelte Kundendaten
- ✗ Falsche Adressdaten
- ✗ Fehlende Felder
- ✗ Verschiedene Formate
- ✗ Outdated Preise
- ✗ Inkonsistente Namen



Ergebnis: Falsche Entscheidungen

- ✗ Falsche Preisempfehlungen
- ✗ Verfehlte Zielgruppen in Kampagnen
- ✗ Fehlgeleitete Personalplanung
- ✗ Falsche Nachfrageprognosen

60-80 % gescheiterter KI-Projekte gehen auf schlechte Datenqualität zurück

DATEN

DATEN

DATEN

Strukturiert

Vertrauenswürdig

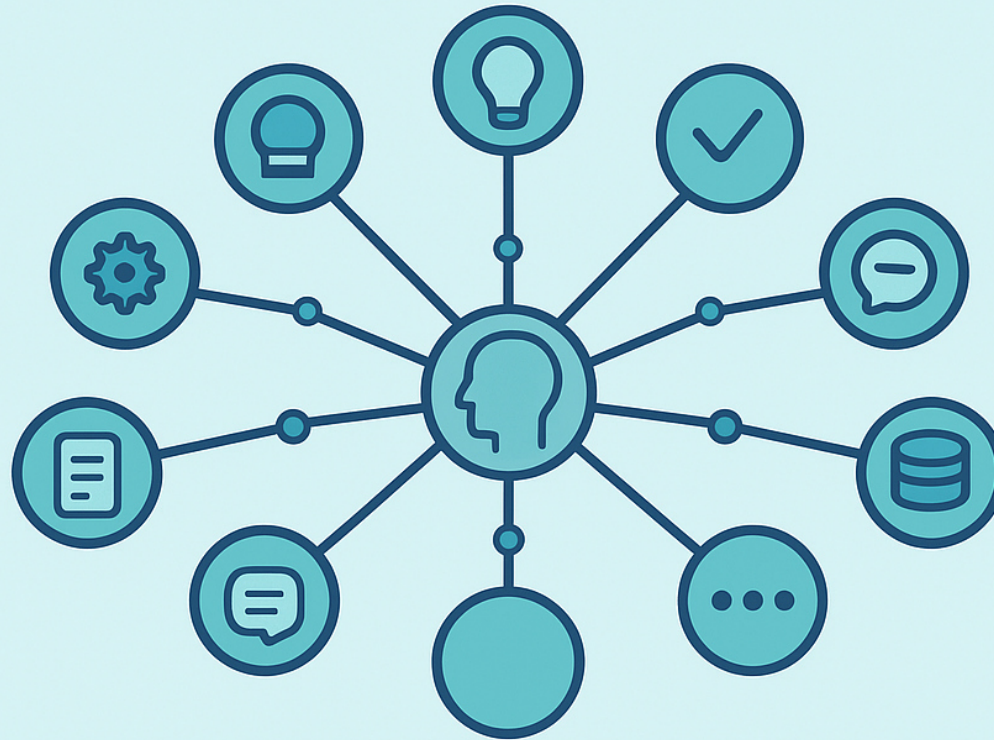
Klar & präzise

Aktuell →

**LARGE
LANGUAGE
MODEL**

DATENSILOS





Ergebnis...

Generieren





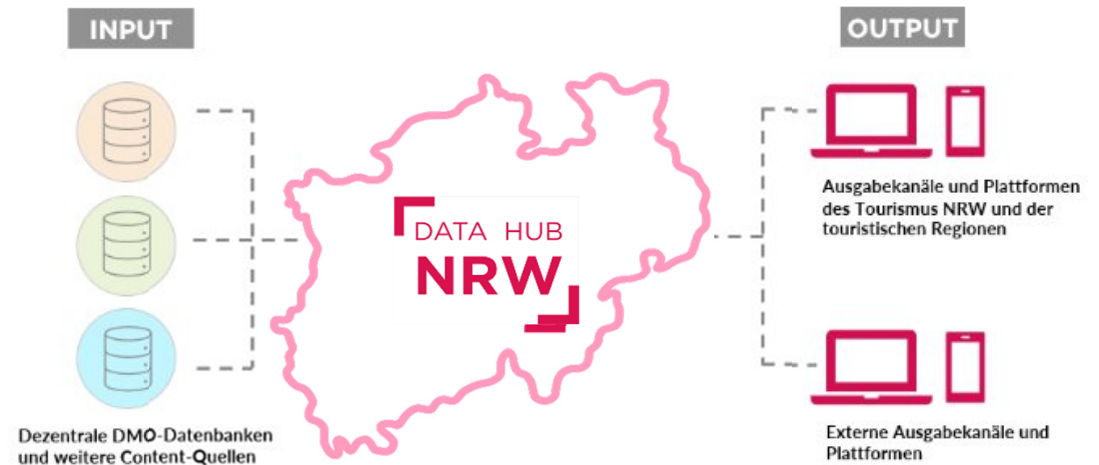
DATENORIENTIERT

KI kann nur verarbeiten, was auch da ist. Es ist naheliegend, dass wir die Daten heranziehen, welche aktuell und in dieser Runde sehr präsent sind.

DATENDREHSCHIBE: DATA HUB NRW

Fundament einer leistungsstarken Dateninfrastruktur für den nordrhein-westfälischen Tourismus

- **Zentrale Plattform für touristische Daten** in NRW, an die alle Regionen und viele weitere Akteur:innen angeschlossen sind.
- Bündelung touristischer POI, Events, Touren, Gastronomien und Unterkünfte.
- Daten werden **über Schnittstellen** angebunden und im Data Hub gebündelt, strukturiert und über viele digitale Kanäle ausgespielt.
-> Es gilt: „Einmal pflegen, überall ausspielen“
- Zentrales Anliegen: **Verbesserung der Datenqualität** durch **einheitliche Datenqualitätskriterien**.
- Daten werden im Data Hub dazu **strukturiert**, mit gültigen Lizenzen versehen **und maschinenlesbar** gemacht.

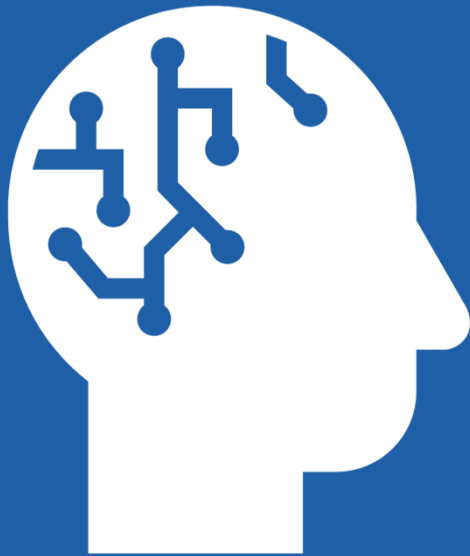


Leistungen

- Austausch zur Datenanlieferung mit regionalen DMOs
- Inhaltliche Prüfung der Datensätze durch regionale DMOs
- Einbindung des Datensatzes in der entsprechenden regionalen Datenbank
- Automatisierte Ausspielung der Daten im Data Hub NRW
- Die Pflege Ihrer Daten im regionalen System sowie die Einspielung in den Data Hub NRW erfolgen unentgeltlich

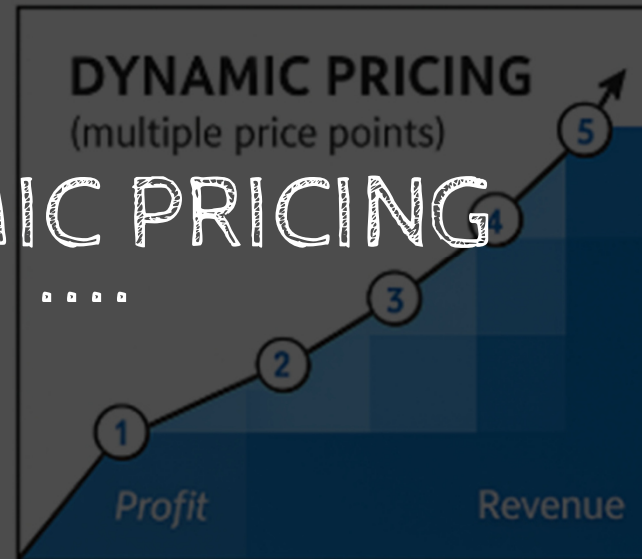
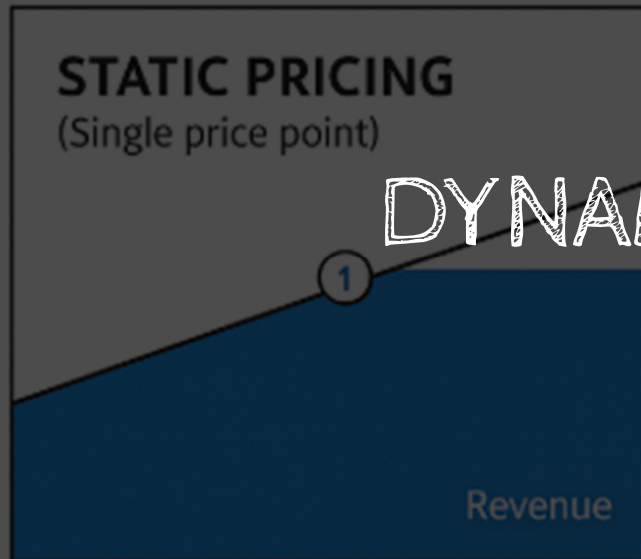
Voraussetzungen

- Lizenzierung der Mediendaten nach Creative Commons (mind. CC-BY-SA)
- Zustimmung der Nutzungsbedingungen der jeweiligen touristischen Region



Sonstige analytische Bereiche

Dynamic Pricing
Besucherlenkung
Wareneinsatz



DYNAMIC PRICING

....

Einstieg in Dynamic Pricing: 3 Stufen

Stufe 1

Kostenlos starten

- Google Trends fuer Saisonanalyse
- Excel-Kalender mit 3 Preisstufen: Basis, Peak, Messe

Stufe 2

Guenstiger Einstieg (18-50 Euro/Mo)

- PriceLabs (ab 18 Euro/Mo)
- Booking.com Visibility Booster
- Wheelhouse (ab 18 Euro/Mo)

Stufe 3

Volle Automatisierung (ab 119 Euro/Mo)

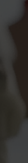
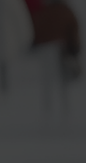
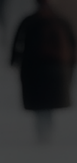
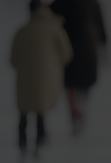
- RoomPriceGenie (Hotels ab 119 Euro/Mo)
- Beyond Pricing (1% vom Umsatz) (Sweet Spot finder)
- Vollautomatisch, PMS-Integration

Empfehlung: Kostenlos starten, dann PriceLabs 30 Tage testen, ROI bewerten, dann skalieren



Besucherlenkung

....



Wie KI Besucherströme vorhersagt



Historische Daten

Besucher der letzten Jahre



Wetterdaten

Openweathermap API



Events & Ferien

Schulferien, Konzerte, Messen



Social Media Trends

TikTok-Viralitaet, Posts



Buchungsdaten

Vorverkauf & Parkdaten



Flugankunfte

Internationale Besucher



KI-Prognose

Besucheraufkommen in 14 Tagen

Engpaesse vorher erkennen

Alternative Routen vorschlagen

Preise dynamisch anpassen



TRANSPARENZ & REGULARIEN

....

Transparenz schafft Vertrauen



Don't forget the ...



Der AI Act verfolgt einen risikobasierten Ansatz zur Regulierung von KI-Systemen



EU AI Act: Was gilt fuer Tourismusbetriebe?

Aug 2024

AI Act in Kraft getreten

Feb 2025

KI-Kompetenz Pflicht (Art. 4) - Mitarbeiterschulungen benoetigt

Aug 2025

General Purpose AI Regeln + Governance + Sanktionen

Aug 2026

Vollstaendige Anwendung + KENNZEICHNUNGSPFLICHT!

Aug 2027

Hochrisiko-KI-Regelungen

Ihre typischen KI-Tools = Minimales/Begrenztes Risiko | KI-Chatbot auf Website = Kennzeichnungspflicht ab Aug 2026

- ✓ **Bewusstsein schaffen:** Nach Art. 4 KI-VO müssen Sie sicherstellen, dass Ihre Mitarbeiter, die KI einsetzen, auch über ausreichend KI-Kenntnisse verfügen. Nutzen Sie bereits jetzt Schulungen oder Workshops für Ihre Mitarbeiter, um einen sicheren und risikoarmen Einsatz von KI-Systemen in Ihrem Unternehmen zu gewährleisten. Zusätzlich sollten Sie Richtlinien einsetzen, die Ihre Mitarbeiter für den Umgang mit KI sensibilisieren. **Wichtig:** Die KI-Kompetenz müssen Sie bereits ab dem 2. Februar 2025 sicherstellen.

Quelle: e-recht24.de

»Seitens der Europäischen Union (EU) wird aktuell an Leitlinien zur Umsetzung des AI Acts gearbeitet, die dann auch konkretere Hinweise enthalten sollten, an denen sich Unternehmen orientieren können.«

— Jonas Wöll, Experte der Deutschen Industrie- und Handelskammer



Künstliche Intelligenz – Fragen und Antworten*

Für wen wird das KI-Gesetz gelten?

Der Rechtsrahmen wird sowohl für öffentliche als auch für private Akteure innerhalb und außerhalb der EU gelten, sofern das **KI-System** in der Union in Verkehr gebracht wird oder Menschen in der EU von seiner Verwendung betroffen sind.

Es erfasst sowohl Anbieter (z. B. Entwickler eines Auswertungsprogramms für Lebensläufe) als auch Entwickler von KI-Systemen mit hohem Risiko (z. B. eine Bank, die dieses Auswertungsprogramm anschafft). Die Importeure von KI-Systemen müssen zudem sicherstellen, dass der ausländische Anbieter bereits das entsprechende Konformitätsbewertungsverfahren durchgeführt hat, das Produkt mit einer europäischen Konformitätskennzeichnung (CE) versehen ist und die erforderlichen Unterlagen und Gebrauchsanweisungen beigefügt sind.

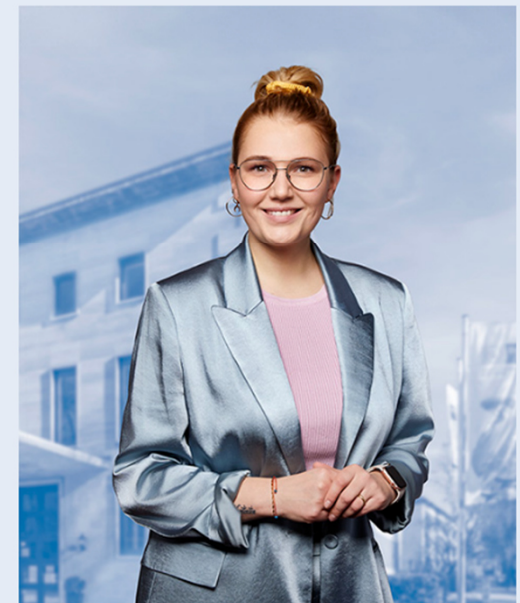
Umgang mit generativer KI

Leitfaden für Unternehmen zum Umgang mit generativen KI-Anwendungen (Beispiel ChatGPT)

Q uelle: DIHK-Leitfaden

-  [1. Datenschutz](#)
-  [2. Datenqualität](#)

Kontakt



KI-Leitfaden

Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz | Digitales | **KI-Leitfaden**

Chancen und Risiken von KI im Tourismus

- > 1. Leitlinie:
Verantwortung und Qualitätskontrolle
- > 2. Leitlinie:
Vertraulichkeit und Datenschutz
- > 3. Leitlinie:
Verwertungsrecht und geistiges Eigentum
- > 4. Leitlinie:
Transparenz, Sorgfalt und Verbrauchertäuschung
- > 5. Leitlinie:
Ethische Standards, Fairness und Anti-Diskriminierung



3. Leitlinie: Verwertungsrecht und geistiges Eigentum

„Wir möchten KI nutzbringend einsetzen, aber gleichzeitig bestehende Urheberrechte, Rechte am eigenen Bild sowie sonstige bestehende Schutzrechte achten und respektieren. Wir möchten KI nicht dazu nutzen, Schutzrechte zu umgehen, sondern sehen in KI vielmehr eine Ergänzung unseres Werkzeug-Sets im touristischen Marketing, das innerhalb vorgegebener Leitplanken zu nutzen ist.“

Details zu dieser Leitlinie:

Beim Einsatz von KI ist stets darauf zu achten, dass keinerlei Schutzrechte verletzt werden. Um dem gerecht zu werden, muss man zunächst sehr genau zwischen den verschiedenen Rechten differenzieren. Denn es gibt mehrere Schutzrechte, die das

DSGVO: Was gilt beim KI-Einsatz in Tourismusbetrieben?



Zweckbindung

PFLICHT

Daten, die fuer eine Buchung erhoben wurden, duerfen nicht automatisch fuer KI-Training umgenutzt werden. Explizite Einwilligung erforderlich.



Keine Gaeste-Daten in freie KI-Tools

KRITISCH

NIEMALS personenbezogene Gaeste-Daten (Name, E-Mail, Adresse) in ChatGPT/Gemini eingeben. Business-Plaene mit Datenschutz-Zusagen nutzen.



Was problemlos geht

OK

Anonymisierte Daten, allgemeine Texterstellung, Marktanalysen ohne Personenbezug, Uebersetzungen eigener Texte, Bewertungsantworten ohne Namen.



BEYOND TREEPLANTING

....

Tun wir das „Richtige“?



DSGVO BEI PERSONENBEZOGENEN DATEN

....

Auch bei KI-Anwendungen greift national die DSGVO bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten.

Die 30-Tage-Roadmap

Woche 1-2

Orientierung

- Teamgespräch: Wo drückt uns der Schuh?
- Kostenlose KI-Einführung starten (Elements of AI, IHK)

Woche 2-3

Bestandsaufnahme

- Alle digitalen Tools inventarisieren
- Vorhandene Daten sichten (PMS, Kassensystem)

Woche 3-4

Priorisieren

- 3-5 Bereiche mit größtem KI-Hebel identifizieren
- Hoher Impact + niedrige Komplexität zuerst
- Budget und Ressourcen festlegen

Ab Monat 2

Pilotprojekt

- Ein konkretes Projekt umsetzen
- Erfolge messen und dokumentieren
- Rechtliches (AVV, Datenschutz) abarbeiten

6 Fehler, die KMU bei der KI-Einführung vermeiden sollten

✗ KI ohne klares Ziel

FOMO-Effekt: Technologie einsetzen, weil alle es tun. Immer vom konkreten Problem ausgehen!

✓ Zuerst Schmerz definieren, dann Tool wählen

✗ Team nicht mitnehmen

KI als Bedrohung kommunizieren statt als Unterstützung. Führt zu Widerstand und Scheitern.

✓ Offene Kommunikation, KI-Champion benennen

✗ Zu viel auf einmal

5 Projekte gleichzeitig starten. Kein zeigt Erfolg, alle schlecht implementiert.

✓ Ein Pilotprojekt, Erfolg zeigen, dann skalieren

✗ Datenschutz ignorieren

Gästenamen in ChatGPT eingeben, kein AVV abschliessen, DSGVO-Risiko nicht beachten.

✓ Checkliste, vor jedem Tool-Einsatz

✗ Ergebnisse nicht prüfen

KI-Output direkt verwenden ohne Gegenlesen. Halluzinationen werden veröffentlicht!

✓ Mensch prüft immer - Human in the Loop!

✗ Datenqualität unterschätzen

Schlechte Stammdaten in KI-Systeme einspeisen und sich über schlechte Ergebnisse wundern.

✓ Erst Daten aufräumen, dann KI einsetzen



- Transparenz und Verantwortlichkeit
- Nicht-Diskriminierung und Fairness
- Technische Zuverlässigkeit und menschliche Aufsicht
- Selbstbestimmung und Datenschutz



- Marktvielfalt und Ausschöpfung des Innovationspotenzials
- Verteilungswirkung in Zielmärkten



- Energieverbrauch
- CO₂- und Treibhausgasemissionen
- Nachhaltigkeitspotenziale in der Anwendung
- Indirekter Ressourcenverbrauch





Diese Präsentation enthält Textbausteine
und Bildelemente, erzeugt mithilfe von
künstlicher Intelligenz.



Teejit GmbH



Benedikt Handel

Geschäftsführer

Email: benedikt@teejit.de

Phone: +491789314574