



oniscansa/Filippo Attili/AUS Palazzo Chigi

„Die EU muss den Mut haben, ihre internen Zölle abzubauen“, fordert Ministerpräsidentin Giorgia Meloni.



oniscansa/OLIVIER HOSLET

EU-Industriekommissar Stéphane Séjourné. „In der heutigen unsicheren Welt müssen die ersten Partner der Europäer die Europäer selbst sein.“

dürfen, wo sie in der EU am günstigsten angeboten werden. Bislang ist es so, dass Hersteller in unterschiedlichen EU-Ländern unterschiedliche Preise für dieselben Produkte verlangen – oder nur bestimmte Länder beliefern.

Darüber hinaus sind vereinfachte Regelungen für das Bauwesen geplant, und der EU-

Rechtsrahmen für die Post- und Paketzustellung soll modernisiert werden. Zudem soll eine digitale Plattform eingeführt werden, über die Bürger innerhalb von 48 Stunden neue Unternehmen gründen können.

„Kein ‚Big Bang‘, aber...“

Ob das alles zum Ziel führt? Dem Industriekommissar ist

selbst klar, dass der Weg ein weiter ist, wie er gegenüber der deutschen Tageszeitung „FAZ“ einräumte: „Das ist kein Big Bang des Binnenmarkts. Aber ich denke, es ist effizienter, wenn wir uns Barriere für Barriere, Thema für Thema vorarbeiten.“

Aber laut der EU-Kommission würde schon ein moderater Anstieg des Handels im EU-Bin-

nenmarkt ausreichen, um massive Exporteinbrüche auf Drittmarkten auszugleichen: „Um einen Rückgang der Warenausfuhren in die USA um 20 Prozent auszugleichen, reicht ein Anstieg des Warenhandels innerhalb der EU um 2,4 Prozent“, heißt es vonseiten der EU-Kommission. (gam)

© Alle Rechte vorbehalten

Die KI plant den Urlaub

ANZEIGE

Die Alpenkolumne von VITALPIN-Geschäftsführer Manuel Lutz

Der Sommerurlaub rückt näher. Während die Frühbucher wohl schon fast alles geplant haben, sind andere noch auf der Suche nach dem Traumurlaub. Unterstützung könnte dabei die KI leisten. VITALPIN hat dazu vor Kurzem auch einen Vortrag bei einer Veranstaltung zum Thema „KI im Tourismus“ auf der Seiser Alm gehalten. Das Suchverhalten im Netz hat sich seit der Einführung von ChatGPT verändert, Suchmaschinen haben an Marktanteil verloren. So wird auch der Urlaub immer häufiger mit Chatbots geplant und gebucht. Mittlerweile gibt es sogar eigens dafür spezialisierte Chatbots. Dahinter stecken oft große Konzerne wie booking.com oder Skyscanner.

Mit nur wenigen Informationen zu persönlichen Präferenzen schlagen die KI-Anwendungen mögliche Destinationen vor. Hat man sich für das Ziel entschieden, stellt die KI auch den Urlaub zusammen. Von der Anreise, über das Hotel bis hin zum Programm vor Ort mit Restaurant- und Café-Vorschlägen für den gewünschten Zeitraum sowie dem passenden Budget. Und schon nach wenigen Minuten kann alles gebucht werden. Sparsam sollte jedoch mit persönlichen Informationen umgegangen werden. Wer Daten wie Adresse, Bankverbindung oder Kreditkarteninformation dem Chatbot einmal preisgegeben hat, kann diesen Schritt nicht mehr rückgängig machen. Daher besser direkt über bekannte Portale buchen.

Zudem sollte man dem Reiseplan des Chatbots nicht blind vertrauen. Das zeigt sich bei der Suche nach Vorschlägen für Innsbruck: Das empfohlene Café für das Frühstück am Sonntag hat an diesem Tag geschlossen. Für den Spaziergang durch die Innenstadt mit Besuch im Museum sind vier Stunden vorgesehen. Dabei ist diese Tour in maximal zwei Stunden vorbei. Und für den aktiven Teil des Urlaubs wird man statt auf eine Alm in der Umgebung auf einen kurzen, unspektakulären Radweg in den nächsten Ort geführt. Man wäre wohl enttäuscht.

Dies wäre auch für den Gastgeber, also die Touristiker, kein erfreuliches Szenario. Für die eigene Homepage, Buchungsplattformen, Social Media und andere Kanäle sind klar strukturierte und aktuelle Daten unumgänglich um dies zu vermeiden. Denn die KI bedient sich einfach.

Das ist auch eine Chance, die man nicht verpassen sollte. Denn den Urlaub mit KI zu buchen wird zunehmend wichtiger. Bewertungen und Feedback sowie eine gezielte SEO-Strategie steigern die Wahrscheinlichkeit, von der KI gefunden zu werden und sich gegenüber der Konkurrenz durchzusetzen. Auch zur Steigerung der Effizienz, der Verbesserung des Kundenservice und der Bereitstellung maßgeschneiderter Empfehlungen spielt die KI eine immer wichtigere Rolle in der Tourismusbranche. Sowohl für Touristiker als auch Gast gilt jedoch: Die menschliche Intelligenz wird es auch künftig brauchen um ein tolles Urlaubserlebnis zu garantieren.



Über den Autor

Manuel Lutz ist seit 2024 Geschäftsführer von Vitalpin. Hinter den Kulissen fungiert er als Sprachrohr, tüfelt an neuen Konzepten sowie Ideen für Vitalpin und versucht so zufriedenstellende Lösungen für Menschen und Unternehmen im Alpenraum zu finden.

info@vitalpin.org