

KI als Reiseberater: Wie junge Menschen Urlaub machen

Tourismus. Generation Z ist reisefreudig und digitalaffin. Heimische Betriebe müssen handeln, um Schritt halten zu können.

Von Marlene Liebhart

Generation Z (Jahrgänge 1995 bis 2012) reist digitaler als die Generationen zuvor. Während etwa Reisebüros an Bedeutung verlieren, planen junge Menschen ihren Urlaub vermehrt mithilfe des Internets. Vor allem Social Media wie Instagram oder Tiktok haben dabei die Nase vorn und sind als Inspirationsquellen noch beliebter als die Erfahrungsberichte von Familie oder Freunden.

Auch Künstliche Intelligenz (KI) wird gerne genutzt, so eine Studie der nationalen Tourismus-Marketingorganisation Österreich Werbung (ÖW). Unter Angehörigen der GenZ verwendet ein Fünftel KI-Anwendungen wie ChatGPT bei der Reiseplanung. Bei den älteren Generationen sind es acht Prozent.

Für den heimischen Tourismus birgt die Generation Z ein großes wirtschaftliches Potenzial: Rund 48 Millionen Menschen umfasst die Altersgruppe in den wichtigsten europäischen Herkunftsmärkten. Sie planen ihre Urlaube spontaner als die älteren Generationen und zählen insgesamt zu einer der reisefreudigsten Zielgruppen, so die ÖW-Studie. Auch bei den

Ausgaben liegen sie kaum zurück. Im Sommer geben sie mit 190 Euro pro Tag gleich viel aus, wie andere Altersgruppen. Im Winter liegen sie leicht darunter, wohl weil sie günstigere Unterkünfte wählen als ältere Urlauber, vermutet ÖW-Geschäftsführerin Astrid Steharnig-Staudinger.

Fokus auf Generation Z

Sie will durch einen stärkeren Fokus auf Künstliche Intelligenz die GenZ-Urlauber gezielter ansprechen, wie sie bei der Präsentation der Studienergebnisse sagt: „KI wird damit auch zum neuen Reiseberater und wir müssen als Österreich weltweit dort präsent sein, wo diese Empfehlungen auch entstehen.“ Für ihr Vorhaben bekommt sie von der Bundesregierung Unterstützung. So sieht das kürzlich beschlossene Doppelbudget für die ÖW 2028 ein jährliches Budget von mehr als 33 statt 30 Millionen Euro vor.

Tourismus-Staatssekretärin Elisabeth Zehetner (ÖVP) sieht auch die Herausforderungen, vor die der rasche technische Fortschritt die

Branche stellt: „Heute muss man nicht mehr nur auf Suchmaschinen zu finden sein, sondern auch von der KI empfohlen werden.“ Die Art und Weise, wie KI in die Reisebuchungen integriert ist, habe sich in den vergangenen Jahren verdreifacht, so die Staatssekretärin.

In Zukunft müssten sich selbst die kleinsten Betriebe damit auseinandersetzen, dass sie im Netz gefunden werden, sagt Martha Schultz, Präsidentin der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). „Betriebe, die diese Entwicklung völlig ignorieren, laufen Gefahr, an Sichtbarkeit zu verlieren. Gleichzeitig sehen wir, dass KI gerade kleinen und mittleren Unternehmen große Chancen eröffnet – von effizienteren Abläufen bis hin zu besserem Marketing und Kundenservice.“

Die größte Herausforderung für die Betriebe sei dabei meist nicht die Technologie selbst, sondern fehlendes Know-how, rechtliche Unsicherheiten und fehlende Zeitressourcen. Die WKÖ versuche, Betriebe durch Weiterbildungsangebote zu unterstützen, sagt sie.

KI als Reiseberater: Wie junge Menschen Urlaub machen



A) Vor dem Lesen

- Teilen Sie sich in der Klasse in vier gleich große Gruppen und wählen Sie jeweils eine der folgenden Informationsquellen für die Gruppenarbeit:
 - KI-Anwendung
 - Social-Media-Plattform
 - Internetsuche
 - analoger Austausch innerhalb der Gruppe ohne digitale Tools
- Planen Sie nun gemeinsam für eine Freundin bzw. einen Freund aus dem Ausland einen eintägigen Aufenthalt in Ihrer Stadt bzw. Ihrem Bundesland. Stellen Sie drei Programmpunkte zusammen. Nutzen Sie dafür ausschließlich die Ihrer Gruppe zugewiesene Informationsquelle.
- Vergleichen Sie Ihre Ergebnisse im Plenum hinsichtlich der Vielfältigkeit der gewählten Programmpunkte. Arbeiten Sie Überschneidungen und Unterschiede heraus.
- Arbeiten Sie abschließend anhand Ihrer Ergebnisse aus c) die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Informationsquellen in der Tabelle heraus.

Informationsquelle	Vorteile	Nachteile
KI-Anwendung		
Social-Media-Plattform		
Internetsuche		
Analoger Austausch		



B) Textbearbeitung

- Lesen Sie den Artikel aufmerksam durch.
- Stellen Sie die Ergebnisse der im Artikel beschriebenen Studie überblicksmäßig dar.
- Leiten Sie daraus die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz für die Reiseplanung der Generation Z ab.
- Analysieren Sie die Chancen und Herausforderungen, die sich für Tourismusbetriebe durch die veränderten Informations- und Buchungsgewohnheiten junger Reisender ergeben.
- Bewerten Sie auf Grundlage Ihrer Erkenntnisse aus Teil A) und der Informationen des Artikels die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz und Social Media bei der Planung von Reisen.



C) Textproduktion

Verfassen Sie einen Leserbrief.

Situation: Sie lesen einen Zeitungsartikel über die Reisegewohnheiten der Generation Z und wollen Ihre Sicht auf das Thema darstellen. Lesen Sie den Artikel „KI als Reiseberater: Wie junge Menschen Urlaub machen“ von Marlene Liebhart aus der Tageszeitung „Kurier“ vom 17. Juni 2026.

Verfassen Sie nun den **Leserbrief** und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- Fassen Sie die wesentlichen Ergebnisse der Studie hinsichtlich des Reiseverhaltens junger Menschen zusammen.
- Bewerten Sie den Einsatz Künstlicher Intelligenz bei der Reiseplanung.
- Diskutieren Sie die Chancen und Risiken, die sich durch die neue Art der Reiseplanung für die Tourismusbranche ergeben.

Schreiben Sie zwischen 270 und 330 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.