



Redigiertes Wortprotokoll der 59. Sitzung

Ausschuss für Tourismus

Berlin, den 21. Februar 2024, 15:00 Uhr
Paul-Löbe-Haus
4.600

Vorsitz: Jana Schimke, MdB

Tagesordnung – Öffentliche Anhörung

Tagesordnungspunkt

Seite 4

Öffentliche Anhörung zum Thema "Reisebuchung
im Zeitalter des digitalen Wandels"



Teilnehmende Ausschussmitglieder

	Ordentliche Mitglieder	Stellvertretende Mitglieder
SPD	Hagl-Kehl, Rita Rinkert, Daniel Troff-Schaffarzyk, Anja Werner, Lena Zierke, Stefan	
CDU/CSU	Aumer, Peter Brehmer, Heike Donth, Michael Karliczek, Anja Schimke, Jana Wittmann, Mechthilde	Janssen, Anne
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	Gastel, Matthias Liebert, Anja Schmidt, Stefan	
FDP	Tippelt, Nico Wagner, Tim	
AfD	Moncsek, Mike	
Die Linke	Latendorf, Ina	



Liste der Sachverständigen

Öffentliche Anhörung zum Thema
„Reisebuchung im Zeitalter des digitalen Wandels“
am Mittwoch, 21. Februar 2024, 15:00 – 16:15 Uhr

Max Hübner

selbständiger Projektmanager

Dirk Inger

Hauptgeschäftsführer, Deutscher Reiseverband

Daniel Krahn

Geschäftsführer, Urlaubsguru GmbH

Solveig Mayer

Präsidiumsmitglied, Verband Internet Reisevertrieb e.V.

Dr. Oliver Rengelshausen

Geschäftsführer, Amadeus Germany

Alexandra Wolframm

Leiterin Regierungsbeziehungen/Public Affairs DACH, Booking.com

Das Gesamtableau der Sachverständigen wurde im Einvernehmen aller Fraktionen vorgeschlagen und beschlossen.



Tagesordnungspunkt

Öffentliche Anhörung zum Thema "Reisebuchung im Zeitalter des digitalen Wandels"

Hierzu wurde verteilt: A-Drs. 20(20)151
A-Drs. 20(20)152
A-Drs. 20(20)153
A-Drs. 20(20)154
A-Drs. 20(20)155
A-Drs. 20(20)156

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Liebe Kolleginnen und Kollegen, ich begrüße Sie zu unserer öffentlichen Anhörung zum Thema „Reisebuchung im Zeitalter des digitalen Wandels“.

Ebenfalls begrüße ich die Damen und Herren Sachverständigen in alphabetischer Reihenfolge:

- Max Hübner, selbstständiger Projektmanager
- Dirk Inger, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Reiseverbands
- Solveig Mayer, Präsidiumsmitglied des Verbandes Internetreisevertrieb e.V.
- Dr. Oliver Rengelshausen, Geschäftsführer von Amadeus Germany
- Alexandra Wolframm, Leiterin Public Affairs DACH, Booking.com.

Herr Daniel Krahn, Geschäftsführer Urlaubsguru GmbH, kann leider aus terminlichen Gründen nicht an der Anhörung teilnehmen.

Wir haben uns in der Obleute-Runde darauf verständigt, dass wir in bewährter Weise zwei Fragerunden à sechs Minuten durchführen. Jede Fraktion bzw. Gruppe hat sechs Minuten Zeit, Ihnen ihre Fragen zu stellen, die Sie dann auch innerhalb dieser Zeit beantworten müssten. Zur Orientierung dient Ihnen die Uhr oben auf unserem Bildschirm.

Es beginnt die SPD-Fraktion mit Frau Hagl-Kehl, bitte sehr.

Abg. **Rita Hagl-Kehl** (SPD): Meine erste Frage geht an Frau Wolframm von Booking.com. Inwiefern würden Online-Plattformen wie Ihre von der geplanten Novellierung der EU-Pauschalreise-Richtlinie betroffen sein? Bisher fallen Sie nicht unter die Pauschalreiserichtlinie. Welche

Auswirkungen hat der Reformvorschlag für Buchungsplattformen, falls er in der jetzigen Form umgesetzt wird, und wie beurteilen Sie diese Auswirkungen? Hat der Reformvorschlag Auswirkungen auf kleinere Unternehmenseinrichtungen, die Sie auch im Angebot haben.

Alexandra Wolframm (Booking.com): Der Kommissionsvorschlag zur Reform der EU-Pauschalreise-Richtlinie führt auch bei uns zu ganz großer Besorgnis. Da eint uns die Sicht der Branche auf die Pläne der Kommission. Es geht neben anderen Regelungen vor allem um die Ausweitung der Definition der Pauschalreise. Die wird dazu führen, dass das, was wir derzeit als verbundene Reiseleistungen anbieten, künftig zur Pauschalreise wird. Das ist vermutlich auch so gewollt. Es trifft sowohl die kleinen Reisebüros, dazu wird Herr Inger sicher auch noch etwas sagen können, aber es betrifft auch uns, da wir zum einen mit den kleinen Reisebüros zusammenarbeiten, aber zum anderen betrifft es auch unsere ureigene Tätigkeit. Wir sehen das mit großer Sorge, weil das bedeuten würde, dass wir viel früher, als wir das eigentlich geplant hatten, in den Bereich der Pauschalreise fallen würden.

Wir arbeiten an dem Konzept unseres *Connected Trip*, also an einer Form der flexiblen Zusammenstellung von Reiseleistungen durch den Reisenden selbst. Das würde dann rechtlich zumindest in großen Teilen unter die Pauschalreiserichtlinie fallen. Wenn die Kommissionsvorschläge diese Ausweitung zur Folge hätten, würden wir in viel größerem Umfang als bisher unter den Anwendungsbereich einer Pauschalreise fallen würden, aber es hätte auch noch viel weitergehende Auswirkungen. Es würde bedeuten, dass Anbieter wie wir gar nicht mehr kontrollieren könnten, ob sie eine Pauschalreise anbieten oder nicht. Es würde dazu führen, dass innerhalb von drei Stunden gebuchte Leistungen zu dem Paket „Pauschalreise“ würden, selbst wenn es der Buchende und auch der Anbieter gar nicht möchte.

Das hätte aber verschiedene Implikationen. Es hätte vor allen Dingen die Implikation, dass alle unsere Leistungsträger – von der kleinen Ferienwohnung bis hin zum großen Hotel – Teil einer Pauschalreise würden. Wir müssten aufwendig vorab prüfen, ob



jedes einzelne dieser kleinen Unternehmen – und sei es selbst in einem abgelegenen Ort am anderen Ende der Welt – geeignet wäre, dass wir für die Leistungserbringung und den Insolvenzschutz einstehen würden. Es wäre dann nicht nur unsere eigene Insolvenz, die wir absichern müssten, sondern auch die der Leistungsträger. Das würde eine enorme Ausweitung der Haftungsrisiken bedeuten, die selbst ein so großes Unternehmen wie das unsrige vor große Herausforderungen stellen würde.

Das könnte auch bedeuten, dass man sich technische Lösungen überlegen müsste, um die Kombination verschiedener Reiseleistungen für gewisse Leistungsträger auszuschließen. Das heißt, wenn ein Kunde eine kleine Ferienunterkunft bucht, dass man ihm dann verwehrt, einen zusätzlichen Mietwagen oder einen Ausflug vor Ort zu buchen, weil das ansonsten zu einer Pauschalreise führen könnte. Wenn wir sagen würden, wir könnten das Risiko nicht übernehmen, dann wäre das weder für Reisende noch für Leistungsträger und auch für uns nicht wünschenswert.

Kurz zusammengefasst: Die Einführung der Novellierung der Pauschalreiserichtlinie würde bedeuten, dass man aus dem Bereich der dynamischen Reisen und der Einzelreiseleistungen ganz viel Flexibilität wegnimmt. Das würde sich zum Nachteil der Verbraucher und auch der Leistungsträger auswirken.

Dann gibt es noch andere Vorschläge der Kommission, die wir auch nicht richtig gelungen finden. Die würden zum Beispiel bedeuten, dass man *Data-Tracking* betreiben müsste, um zu sehen, was macht denn der Kunde, wenn er die erste Reiseleistung gebucht hat. Möchte er noch etwas Zweites buchen? Erst dann wissen wir, ob es möglicherweise eine Pauschalreise wird. Das wäre eine Ausweitung, die wir derzeit nicht oder nur in begrenzten Fällen machen. Das müsste man zusätzlich einführen und wäre eine sehr große technische Herausforderung. Wir meinen, dass das auch nicht dem Grundsatz der Datenminimierung nach der Datenschutz-Grundverordnung entspricht.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Die nächste Frage stellt Anne Janssen von der CDU/CSU-Fraktion.

Abg. **Anne Janssen** (CDU/CSU): Meine zwei ersten Fragen gehen an Herrn Inger vom Deutschen Reiseverband. Mich würde interessieren, wie Sie den Einfluss der Digitalisierung und auch der KI besonders auf kleine Reisebüros oder auch kleine Firmen mit nur wenigen Niederlassungen sehen. Welche Entwicklung sehen Sie für die Nutzung von KI in den Reisebüros und worauf muss die Branche besonders bei kleineren Anbietern achten?

Meine zweite Frage geht an Frau Wolframm. Ist es tatsächlich so, dass die KI-gesteuerte Preisgestaltung für den Kunden immer den besten Preis bringt oder gibt es da auch Nachteile?

Dirk Inger (Deutscher Reiseverband): Wir halten aus unterschiedlichen Gründen KI gerade im Reisevertrieb und auch für kleinere Reisebüros für sehr hilfreich. Wir haben einen Fachkräftemangel und müssen schauen, wie wir die viele Arbeit bewältigen können. Die Reisebüros spielen nach wie vor eine sehr große Rolle. Es gibt heute keine richtige Unterscheidung mehr, was ist digital, was ist stationär, weil die Kunden häufig auch über digitale Kanäle an die Reisebüros herantreten. Viele der Aufgaben, die im Reisevertrieb anfallen, sind standardmäßige Informationen und hier kann die KI eine große Hilfe sein, diese vielen Informationen schnell zu beschaffen und weiterzugeben, sodass der Expedient sich tatsächlich auf die individuelle Reiseberatung fokussieren kann, was der besonders wichtige Teil ist. Deswegen sehen wir die Digitalisierung in der Branche insgesamt sehr positiv.

Alexandra Wolframm (Booking.com): Wir setzen KI sehr vielfältig ein. Man müsste noch mal schauen, ob wir sie auch zur Preisgestaltung einsetzen. Ich glaube aber deshalb nicht, weil die Preise bei uns durch das Hotel selbst festgelegt werden. Es sind die Leistungsträger, die ihre Preise einstellen. Diese arbeiten mit sehr ausgeklügelten Systemen und ich bin sicher, da kommt *Machine Learning* zum Einsatz, das sogenannte *Yield Management*. Damit können die Hotels sozusagen sehen, wie hoch die Auslastung ist und wie sie daraufhin die Preisgestaltung vornehmen wollen. Das hat für die Verbraucher manchmal die verwirrende Auswirkung, dass jemand, der das gleiche Zimmer für mehr oder weniger den gleichen Zeitraum, aber zu einem anderen



Zeitpunkt gebucht hat, einen anderen Preis zahlt. Die Preisgestaltung macht in jedem Fall das Hotel selbst. Aber in der Tat, KI ist da, wie auch in anderen Bereichen, ein unglaublich wertvolles und effizientes Instrument, um solche Prozesse, solche Abläufe zu automatisieren und effektiv zu gestalten.

Sie hatten auch gefragt, ob KI Nachteile für die Kunden hat und auf das Thema „*Geoblocking*“ (*Beschränkung des Internetzugangs, Anm.*) hingewiesen. Das ist verboten, das darf man nicht machen. Es ist allerdings zumindest bei uns so, dass die Hotels gezielte Werbemaßnahmen einsetzen können. Das heißt, sie können die Preise für bestimmte Besuchergruppen niedriger gestalten. Das ist dann insofern ein Marketinginstrument, das ganz begrenzt eingesetzt werden kann.

Abg. **Anne Janssen** (CDU/CSU): Eine Nachfrage habe ich noch, und zwar sagten Sie, dass aus Ihrer Sicht für die künftige Weiterentwicklung und Anwendung von KI im Tourismus beim *AI Act* der EU (*Gesetz zur Regulierung von KI, Anm.*) noch weitere Klarstellungen erfolgen müssten. Welche Unklarheiten sehen Sie da noch?

Alexandra Wolframm (Booking.com): Wie Sie wissen, befindet sich der *AI Act* der EU gerade auf den letzten Metern. Die politische Einigung ist schon erfolgt. Jetzt geht es um die formale Abstimmung und Ausgestaltung einiger Vorschriften. Da gab es bis zum Schluss noch sehr viele Veränderungen.

Das ist nur ein erster Schritt der Bewertung. Aber es ist zum Beispiel so, dass es aus meiner Sicht bei einigen Begriffen einen Interpretationsspielraum gibt. Zum Beispiel, was ist der „KI-Hochrisikobereich“? Wir gehen im Moment davon aus, dass in diesem abgestuften Risikosystem der größte Teil, das sogenannte *Machine Learning* nach wie vor unreguliert bleibt. Dann gibt es aber Hochrisikobereiche. Dazu braucht es jedoch Klarstellungen durch die EU-Kommission, die noch Richtlinien verabschieden muss. Das wird sportlich, weil die Übergangsfristen, die da enthalten sind, nicht allzu groß bemessen sind. Das heißt, für die Branche wird sich da möglicherweise die Notwendigkeit ergeben, sich schnell auf das

neue Regelwerk einzustellen, ohne dass es entsprechende Interpretationshilfen gibt.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Die nächste Frage stellt Frau Liebert von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN.

Abg. **Anja Liebert** (BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN): Meine Frage richtet sich an Herrn Hübner. Sie haben in Ihrer Stellungnahme insbesondere zu dem Thema „Fachkräftesituation und KI“ Ausführungen gemacht und ich bitte Sie, dazu noch einige Anmerkungen zu machen.

Auf der einen Seite möchte man aus Sicht der Reisenden mit KI Reisepreise positiv gestalten. Auf der anderen Seite werden aber an die Mitarbeitenden immer höhere Anforderungen gestellt, was die Qualifikationen angeht. Dadurch können auch die Reisepreise höher werden. Aber wir müssen auch deutlich machen, dass durch die Digitalisierung das Berufsbild attraktiver gemacht werden kann, da zum Beispiel auch andere Arbeitszeiten möglich sind. Ich würde mich freuen, wenn Sie die Auswirkungen von KI auf die Fachkräftesituation etwas genauer erläutern könnten.

Max Hübner (selbständiger Projektmanager): Die aktuelle Ausgangslage des technischen Standes von KI ist, dass eine KI kaum eine betriebswirtschaftliche Synthese herstellen kann. In der Betriebswirtschaft spricht man davon, dass man die Ausgangslage eines Unternehmens analysiert, die Analyse anschließend mit einer entsprechenden Theorie verknüpft und daraus eine Synthese entwickelt.

Das ist bei der Reisebuchung ganz genauso. Da kommt es auch darauf an, dass man den individuellen und – vor allen Dingen – auch emotionalen Bedarf eines Kunden ermittelt. Dazu ist die KI im Moment noch nicht in der Lage. Das ist auch wissenschaftlich belegt. Deswegen müssen wir die Fachkräfte, die wir heute in der Tourismusbranche ausbilden, explizit dazu qualifizieren, zu einer betriebswirtschaftlichen Synthese in der Lage zu sein. Deswegen muss ich auch ein bisschen widersprechen, dass KI das Allheilmittel in der Reisevermittlung ist. Das hängt ganz davon ab, was für ein Geschäftsmodell sie verfolgen. Wenn sie die emotionalen Gründe



erfahren wollen, warum ein Kunde heutzutage einen Urlaub bucht, dann müssen sie dafür entsprechend ausgebildet sein. Damit hängt zusammen, dass sie zunächst erfragen müssen, was für besondere Ansprüche ein Kunde hat.

Die Qualifikationen werden immer höher. Eine betriebswirtschaftliche Synthese erstellen zu können, lernt man in einem dualen Studium. Da geht es auch um das Thema Praxistransfer. Hier sind die Unternehmen gefragt, dass sie ein Umdenken erfahren und ihre strategische Ausgangslage zum einen erkennen und dann muss es zum anderen Fachkräfte geben, die anhand dieser strategischen Ausgangslage Handlungsempfehlungen erstellen können.

Abg. **Anja Liebert** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Ich habe eine Frage an Herrn Dr. Rengelshausen. Sie haben bei Amadeus eine *Generative AI Workplace Policy (Umgang mit generativer KI, Anm.)* eingeführt, um die Risiken von KI zu minimieren. Könnten Sie bitte erläutern, worin die Risiken bestehen? Wo sehen Sie auch die Politik in der Pflicht, Vorgaben zu machen?

Dr. Oliver Rengelshausen (Geschäftsführer, Amadeus Germany): Die Risiken der KI sind verschieden. Zum einen geht es darum, dass sensible Daten weitergegeben und missbräuchlich genutzt werden können. Dann geht es aber auch darum, welche Ergebnisse eine generative KI liefert. Sind diese verlässlich, nachvollziehbar und korrekt? Wir haben eine *Workplace Policy* eingeführt, bei der im Grunde jedes Projekt zunächst einen Prozess durchlaufen muss, in dem geprüft wird, wofür das Projekt eingesetzt wird, was die Ziele sind und wie das Projekt umgesetzt wird. Erst dann wird es final freigegeben und in die Umsetzung gebracht. Wir haben uns dabei dem Prinzip der Fairness verschrieben. Fairness im Umgang mit den Daten und in der Art und Weise, wie Empfehlungen ausgesprochen werden. Zuverlässigkeit und Sicherheit, Datenschutz, Transparenz, Rechenschaftspflicht und Nachhaltigkeit. Das sind Leitplanken, die wir im Unternehmen vorgegeben haben und die innerhalb dieses Prozesses mit abgeprüft werden, wenn neue Projekte geprüft und dann umgesetzt werden.

Abg. **Anja Liebert** (BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN): Was erwarten Sie von der Politik?

Dr. Oliver Rengelshausen (Geschäftsführer, Amadeus Germany): Es gibt im Grunde genommen den regulatorischen Rahmen, um den sich die Politik kümmern muss. Da müssen wir eine möglichst große Freiheit, aber auch eine Sicherheit in der Art und Weise haben, wie Daten ausgetauscht werden können. Wir müssen einen Rechtsrahmen haben, mit dem wir in der Lage sind, auf Datenbestände zuzugreifen und Datenbestände zu nutzen. Im Grunde genommen leben KI und generative KI vom Zugang zu Datenbeständen, die dann analysiert werden können. Dafür brauchen wir einen entsprechenden regulatorischen Rahmen, der es uns ermöglicht, die Datenbestände zu nutzen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU) Die nächste Frage stellt Nico Tippelt von der FDP-Fraktion.

Abg. **Nico Tippelt** (FDP): Herr Dr. Rengelshausen, wie hat sich die Systematik der KI grundlegend in diesem Bereich in den letzten vielleicht fünf bis zehn Jahren entwickelt? Welche Chancen sehen Sie in dieser Entwicklung? Wie könnte die Entwicklung in den nächsten fünf bis zehn Jahren weitergehen?

In Ihrer Stellungnahme fordern Sie zudem, dass die EU und ihre Mitgliedstaaten Datenzusammenarbeit fördern und unterstützen müssen. Ihr konkretes Beispiel dazu waren Datenräume im Tourismus. Reichen die bisherigen Anstrengungen hier bereits aus oder was würden Sie sich konkret in dem Kontext wünschen?

Dr. Oliver Rengelshausen (Geschäftsführer, Amadeus Germany): Wir nutzen KI schon lange in unserem System, wenn es darum geht, Entscheidungsunterstützung für Anwender anzubieten. Das heißt, es geht darum, dass wir große Datenmengen analysieren und daraus im Prinzip Entscheidungsunterstützung für Anwender anbieten. Das können beispielsweise Flugdaten und Flugverspätungen sein, um daraus entsprechende Analysen abzuleiten, dass Prozesse, die aufgrund einer Flugverspätung entstehen besser gemanagt werden können. Das setzen wir schon sehr lange ein.



Die generative KI setzt andere Aspekte, indem sie – für jeden Anwender einfach nutzbar – Texte und Bilder generieren kann und diese in der Beratungsunterstützung für den Expedienten nutzbar gemacht werden kann. Wir hatten gerade von Herrn Hübner einige Ausführungen dazu. Wir gehen davon aus, dass die KI, auch die generative KI, sehr gut dafür eingesetzt werden kann, um einen Reiseberater in die Lage zu versetzen, besser zu beraten, weil er zusätzliche Informationsquellen hinzuziehen kann. Nichtsdestotrotz, und das wissen wir aus den aktuellen Anwendungen heute, sind die Systeme immer noch nicht perfekt. Sie brauchen immer noch jemanden, der eine Qualitätssicherung macht, der also im Grunde genommen das überprüft, was dort vorgeschlagen wird.

Das sind für uns Einsatzfelder, die wir jetzt weiter entwickeln werden, immer mit dem Fokus auf den Reiseberater, aber auch in dem Bereich des *Self-Service*. Zum Beispiel wenn sie einen Flugausfall haben und in dem Moment sehr viele Menschen wissen wollen, wie komme ich denn weiter. Da können automatisierte Chatbots, die KI gesteuert sind, helfen, Alternativen vorzuschlagen und diese Anfrageströme, die in dem Moment sehr hoch sind, sehr effizient abzarbeiten. An den Lösungen arbeiten wir, und die werden auch schon von unseren Kunden eingesetzt.

Zu Ihrer Frage, was die Politik, was die Europäische Union machen kann: Uns geht es im Wesentlichen darum, dass wir einen rechtlichen Rahmen haben, in dem wir Daten nutzen können. Ich mache ein sehr konkretes Beispiel, was jetzt in Richtung Multimodalität geht. Es soll eine EU-Verordnung zum Thema „Multimodalität“ kommen, das heißt zur Vernetzung von Transportanbietern. Heute ist es noch sehr aufwendig, wenn sie von Berlin nach Barcelona reisen und nicht das Flugzeug nehmen wollen. Sie müssen sich mühsam die einzelnen Verkehrsmittel zusammensuchen. Unser Wunsch ist es, dass die jeweiligen Leistungsträger ihre Daten offenlegen, sodass wir diese Daten nutzen und miteinander verbinden können, um den Kunden eine Lösung anbieten zu können, mit der sie von Berlin nach Barcelona mit verschiedenen Verkehrsmitteln fahren können. Dies so optimiert – dann kommt die KI wieder ins Spiel – über die verschiedenen

Verkehrsträger, um ein Gesamtangebot machen zu können.

Abg. **Nico Tippelt** (FDP). Könnten Sie noch kurz etwas zu der künftigen Entwicklung ausführen?

Dr. Oliver Rengelshausen (Geschäftsführer, Amadeus Germany): In der Reiseberatung werden wir sicherlich noch besser werden, indem wir den Reiseberater bei der Beratung des Kunden und der Ermittlung dessen, was für den Kunden wichtig und richtig ist, unterstützen. *Self Service* ist sicherlich ein weiteres Feld. Geschäftsreisen können optimiert werden, indem man innerhalb von Unternehmen eine bessere Abstimmung von Geschäftsreisen vornehmen kann und Geschäftsreiserichtlinien, die in jedem Unternehmen existieren, auch besser umsetzen kann, weil diese bereits bei der Buchung sofort berücksichtigt werden können und man nur entsprechende Angebote erhält.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Die nächste Frage stellt Mike Moncsek von der AfD-Fraktion.

Abg. **Mike Moncsek** (AfD): Meine erste Frage geht zunächst an Frau Mayer und Frau Wolfram. Sie beide begrüßen in Ihrer schriftlichen Stellungnahme viele regulatorische Ansätze des *AI Act* der Europäischen Union. Gleichzeitig verweisen Sie auf die bestehenden Unklarheiten und die Regulierung im neuen Rechtsrahmen. Was ist aus Ihrer Sicht wichtig, damit in diesem Zusammenhang insbesondere kleine Unternehmen und Start-ups nicht mit unverhältnismäßig hohen Markteintrittsbarrieren belastet werden? Wie können Deutschland und Europa gegenüber *Global Playern* wie beispielsweise China bestehen?

Solveig Mayer (Präsidiumsmitglied, Verband Internet Reisevertrieb e.V., VIR): Regulatorische Rahmenbedingungen, sei es die novellierte Reiserichtlinie, sei es der *AI Act* oder in der Vergangenheit auch andere Rechtsakte, die von der Europäischen Union erlassen wurden und umgesetzt werden müssen, können vor allem für kleine und mittlere Unternehmen im Reisebereich doch einiges an Aufwand, an Finanzierung und an Hürden in den Weg stellen und auch Innovationen hemmen. Wir sehen, dass bei der Pauschalreiserichtlinie beispielsweise durch die



erweiterten und erhöhten Haftungsbedingungen, die auf Veranstalter zukommen werden, vor allem kleine Unternehmen oder auch *Start-ups* abgeschreckt werden könnten, dieses Produkt weiterhin anzubieten. Das gilt auch für etablierte Unternehmen. Das heißt, bei der Regulierung jeglicher Produkte oder auch Prozesse und Rahmenbedingungen im Reisebereich ist es wichtig, diese so zu gestalten, dass sie auch harmonisiert umgesetzt werden können und dass die Anstrengung, was gerade die Administration, die Verwaltung angeht, aber auch den finanziellen und personellen Einsatz im Blick behalten wird.

Wir haben im Tourismus zu wenig Arbeits- und Fachkräfte. Da kann die Digitalisierung ein wenig helfen, aber auch die Umsetzung von Rechtsakten wie zum Beispiel die DAC 7 (*Die Richtlinie regelt die Zusammenarbeit der Verwaltungsbehörden im Bereich der Besteuerung, Anm.*), die wir gerade in der Umsetzung haben und bei der revidierten Pauschalreiserichtlinie. Das kostet sehr viel Zeit. Weitet man den Blick nach Europa, aber auch international, dann geht es vor allem darum, wie wir die politischen Rahmenbedingungen so gestalten können, dass deutsche Unternehmen, aber auch europäische Unternehmen auf dem internationalen Markt und im Wettbewerb weiter bestehen können.

Bei den Themen „Digitalisierung“, „künstliche Intelligenz“ oder auch „*Blockchain*“ sind wir nicht am Ende der Entwicklung, sondern stehen am Anfang von noch viel größeren Entwicklungen. Wir müssen schauen, dass wir im politischen Bereich gute, praktikable Rahmenbedingungen setzen, damit Innovationen auch weiter stattfinden können. Das heißt aber auch nicht nur Regulierung, das heißt vor allem auch Förderung. Da wird auch einiges an Geld schon in die Hand genommen, aber wir brauchen eine gezielte Förderung auch für den touristischen Bereich zum Thema „künstliche Intelligenz“ und eine Akzeptanz für diese Themen in der Regulierung.

Alexandra Wolframm (Booking.com): Ich kann zum Thema „KI“ noch ein wenig ergänzen. Unter dem Vorbehalt, dass wir alle noch am Anfang unserer Bewertung dieses Regelwerks stehen, wird die Datenschutzgrundverordnung aber sehr

aufwendig sein. Jedes Unternehmen wird umfassend seine Prozesse, bei denen KI zur Anwendung kommt, zunächst intern bewerten müssen. Da muss ein internes *Risikoassessment* (Risikobewertung, Anm.) gemacht werden, um überhaupt einschätzen zu können, ob es in den Hochrisikobereich fällt oder nicht. Wir wissen aufgrund der Erfahrung mit der Datenschutzgrundverordnung, dass es gerade für kleine Unternehmen sehr aufwändig ist. Ein ähnlicher Aufwand wird auf KMU (*kleine und mittlere Unternehmen, Anm.*) jetzt im Rahmen der KI-Verordnung zukommen.

Nach meiner eigenen ersten rechtlichen Bewertung der Sache ist KI dann ein Hochrisikobereich, wenn es manipulative Techniken gibt, wenn Grundrechte betroffen sind, dazu kann auch der Datenschutz oder finanzielle Interessen gehören. Das ist sehr weitgehend. Es kann alles Mögliche darunterfallen, auch im Bereich des Tourismus. Es sei denn, es gibt eine Möglichkeit, sich ausnehmen zu lassen, wenn kein erheblicher Schaden zu erwarten ist. Das ist ein unklarer Rechtsbegriff. Man müsste schon die Schwellenwerte kennen, um zu wissen, ob man darunterfällt oder nicht. Und ob, wenn man in diesen Hochrisikobereich fällt, eine Konformitätsbewertung erforderlich wird oder nicht.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Für die Gruppe Die Linke fragt Ina Latendorf.

Abg. **Ina Latendorf** (Die Linke): Für mich ergeben sich Fragen aus Sicht des Verbraucherschutzes. Frau Wolframm, Sie haben kurz angedeutet, dass gebündelte Angebote oder direkt aufeinanderfolgende Buchungen zur Einstufung als Pauschalreise führen könnten. Sie selbst haben aber zuvor ausgeführt, dass Ihr Unternehmen in Zukunft dies auch anbieten möchte. Vielleicht können Sie dazu noch ein paar Ausführungen machen.

Meine zweite Frage richtet sich an Herrn Inger. Sie haben in Ihrer Stellungnahme zur KI-Kompetenz auch auf die Ausbildung branchenübergreifender Kompetenzentwicklung kurz Bezug genommen. Könnten Sie noch weitere Ausführungen machen, was Ihre Forderungen zu



Weiterbildungsprogrammen, Lehr- und Ausbildung betrifft?

Alexandra Wolframm (Booking.com): Es ist richtig, dass wir im Bereich der Mobilität auch eine Art von verknüpften Produkten anbieten wollen, wodurch der Reisende in den Anwendungsbereich – nach der jetzigen Definition – der Pauschalreise gehen würde. Das würden wir tatsächlich zunächst nicht mit unserem kompletten Angebot machen, was wir auf unserer Homepage im Angebot haben, sondern nur mit ausgewählten Partnern. Das heißt, das wäre genau der Anwendungsfall, bei dem man sagt, man begrenzt zunächst das Risiko und sammelt Erfahrungen, wie das funktioniert. Das ist auch der Grund, warum uns die jetzt vorgeschlagene Regelung der Ausweitung des Begriffs der Pauschalreise so große Sorgen macht, weil völlig unkontrollierbar wäre, was dann ein Paket wird. Das würde, wie schon beschrieben, zu vielfältigen Problemen führen.

Ich nenne Ihnen ein Beispiel: Wenn Reisende ein Hotel bei uns buchen und dann etwas später oder sogar viel später, einen Mietwagen dazu buchen, würde das, obwohl es offensichtlich ist, dass hier kein Paket gewollt ist, zu einer Pauschalreise werden. Obwohl bei uns bei den Buchungen der Einzelreiseleistungen steht, dass, wenn man zumindest noch eine Reiseleistung dazugebucht, es eine verbundene Reiseleistung werden könnte. Das bedeutet aber nicht, dass der Schutz der Pauschalreise besteht. Es ist alles erklärt. Es gibt Zusatzangebote, sich eine Reiserücktrittsversicherung noch dazu zu buchen. Das heißt, Transparenz ist gegeben.

Warum soll die Pauschalreise jetzt reformiert werden? Weil man festgestellt hat, dass sie insbesondere in der Pandemie zu Problemen geführt hat. Gerade auch im Bereich der verbundenen Reiseleistungen, wo die Leute gestrandet sind oder nicht losfliegen konnten, aber das Hotel nicht stornieren konnten. Wenn man da was machen will, sollte man doch einfach diesen Bereich isoliert anschauen.

Dirk Inger (Hauptgeschäftsführer, Deutscher Reiseverband): Reisevertrieb ist heute erst mal sehr groß und sehr vielfältig. Wir haben 9.000 Reisebüros und auch mehrere Tausend mobiler

Reiseberater, die auf sehr unterschiedliche Art und Weise angesprochen werden. Wir sehen, dass sich dieser Markt nach der Pandemie sehr gut erholt hat. Im Jahr 2022 sind über 16 Milliarden Euro vom Reisevertrieb, also von Reisebüros umgesetzt worden. Für dieses Jahr werden gerade die Zahlen für 2023 ermittelt. Das wird sogar noch mal etwas besser sein. Das zeigt, dass das Interesse an einer persönlichen Beratung sehr groß ist.

Hierbei spielt KI in mehrfacher Hinsicht eine Rolle. Es ist einerseits eine Aufgabe für die Unternehmen, dieses Instrument zu nutzen, um auch den einen oder anderen Personalengpass abzuwenden und abzumildern. Das kann nicht alles lösen, aber es kann ein unterstützendes Element sein. Deswegen ist es wichtig, dass sowohl in den Unternehmen diese Kompetenz aufgebaut wird als auch, dass sie in den entsprechenden Ausbildungs- und Schulungsgängen von Anfang an eine große Rolle spielt, damit die Reiseverkehrskaufleute sehr früh die Möglichkeit haben, sich mit dieser Technologie zu beschäftigen, die an vielen Stellen, besonders auch im Geschäftsreisebereich, schon heute nicht mehr wegzudenken ist. Gerade größere Reisebüroketten nutzen dieses Instrument bei Geschäftsreisen nicht nur, um die Planung zu machen, sondern auch um den Reisenden fortlaufend zu informieren. Das heißt, es ist bereits heute ein integraler Bestandteil der Reisekette.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Frau Hagl-Kehl von der SPD-Fraktion stellt die nächste Frage.

Abg. **Rita Hagl-Kehl** (SPD): Meine Frage geht an Herrn Inger. Glauben Sie, dass KI auch dem Fachkräftemangel ein wenig abhelfen könnte? Nicht nur weil KI etwas übernimmt, sondern weil es vielleicht für junge Menschen dann attraktiver wird, so einen Beruf zu wählen, in dem eben KI so eine große Rolle spielt.

Die zweite Frage bezieht sich auf die kleinen Reisebüros. Glauben Sie, dass die kleinen Reisebüros gerade durch diese Online-Plattformen und die Möglichkeiten, sich alles selbst zusammenstellen zu können, nicht mehr existenzfähig sind?

Dirk Inger (Hauptgeschäftsführer, Deutscher Reiseverband): Es wird sicherlich eine große Rolle



auch für die Attraktivität des Berufs spielen, dass im Reisevertrieb moderne Instrumente eingesetzt werden. Wenn Sie heute ins Reisebüro gehen, dann müssen Sie nicht immer persönlich hingehen. Sie können über WhatsApp oder über Facebook in Kontakt treten. Sie können vorher einen persönlichen Termin vereinbaren. Sie können eine Videoberatung haben. Ein mobiler Reiseverkäufer kommt auch zu Ihnen nach Hause, wenn Sie das schätzen. Sie haben die Möglichkeit, sich individuell beraten zu lassen. Viele Aufgaben, die sich ständig wiederholen, bestimmte Grundinformationen können durch die KI bereitgestellt werden, sodass der Reiseberater dann auch die Möglichkeit hat, sich auf den eigentlichen Kern, die individuelle Beratung, die Ermittlung des Urlaubswunsches, das Eingehen auf die persönlichen Bedürfnisse ganz besonders konzentrieren kann. Das spielt eine sehr große Rolle, weil das Interesse an einer persönlichen Beratung, um zu seinem individuellen Reisewunsch zu kommen, nach wie vor sehr groß und ungebrochen ist.

Zu der zweiten Frage: Das ist ein wichtiger Punkt, der auch mit der Novellierung der Pauschalreiserichtlinie zusammenhängt. Ich will das aus der Perspektive des Reisevertriebs an einer bestimmten Stelle beleuchten, weil das wichtig für das Verständnis ist. Der deutsche Markt ist insgesamt zentral in Europa. 41 Prozent aller Pauschalreisen, die in ganz Europa verkauft werden, werden in Deutschland verkauft. Das ist auch eine wichtige Information für Sie, welche große Bedeutung die Pauschalreise in Deutschland hat und vergleichsweise etwas kleiner in den meisten anderen europäischen Staaten.

Mit dem Vorhaben, dass künftig innerhalb von drei Stunden, wenn an einer Stelle gebucht wird, alles zu einer Pauschalreise wird, passiert Folgendes: Der kleinste Marktteilnehmer, das mittelständische Reisebüro, verkauft den Flug einer großen Airline und die Hotelübernachtung einer großen Hotelkette. Was passiert? Nicht mehr die Airline und das Hotel haften für die Qualität ihres Produktes, sondern es haftet jetzt auf einmal der kleine Reisevermittler. Er muss 24/7 Krisenmanagement anbieten. Er muss auch dafür sorgen, dass er diese Reise gegen Insolvenz absichert. Das heißt, der kleinste Marktteilnehmer

sichert die große Airline, die große Hotelkette gegen Insolvenz ab und garantiert deren Qualitätsversprechen. Das gibt es in der bisherigen Pauschalreiserichtlinie nicht. Das ist eine dramatische Verlagerung von großen Marktteilnehmern auf sehr kleine Marktteilnehmer. Nach unserem Verständnis kann das weder politisch richtig sein und es sollte auch politisch nicht gewollt sein.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Dann gehen wir weiter zur CDU-CSU-Fraktion und Mechthilde Wittmann stellt die Frage.

Abg. **Mechthilde Wittmann** (CDU/CSU): Ich darf bei Ihnen, Frau Mayer, zu einem Punkt etwas nachfragen. Mir ging es um zwei, drei konkrete Beispiele. Sie sagen in Ihrer Stellungnahme einerseits, dass Sie eine Regulierung haben möchten. Man will schon Leitplanken und Vorgaben haben. Herr Inger, ich kann mir auch vorstellen, dass das auch viel mit den Haftungsfragen zu tun hat. Da muss man tatsächlich noch etwas nacharbeiten. Das andere ist, zu versuchen, die Prozesse gerade für die Kleineren nicht so zu verkomplizieren, dass sie dafür eine ganze Abteilung brauchen, um sie nachvollziehen und dann vielleicht auch dokumentieren zu können.

Dazu hätte ich ganz gern von Ihnen ein paar konkrete Äußerungen, wie Sie sich das vorstellen. Was bedeutet die Regulatorik, wie sie jetzt existent ist? Wie wird sie sich in der neuen Pauschalreiserichtlinie mit den Anforderungen an diese digitale Transformation entwickeln?

Sie haben auch davon gesprochen, dass Sie davon ausgehen, dass mit der Digitalisierung und Transformation eine Verringerung der Arbeitsbelastung einhergehen kann, dass sich die Dinge neu darstellen lassen und dass damit dem Fachkräftemangel entgegengewirkt werden kann. Sie kann aber nicht den Menschen ersetzen, der gerade in der Reisezeit gefragt ist. Wie kann man an der Stelle das möglichst gut in den Griff bekommen, dass die Mitarbeiter einerseits entlastet, aber trotzdem nicht auch überfordert werden?



Solveig Mayer (Präsidiumsmitglied, Verband Internet Reisevertrieb (VIR) e.V.): Es ist, wie es schon genannt wurde, sozusagen das Schöne und Gute an der KI und an der Technologie sowieso, dass sie Prozesse vereinfacht, dass sie wirklich Entlastung im Arbeitsalltag bringt. Es wurde schon erwähnt, dass auch während der Pandemie die Reiseagenten, also die virtuellen Agenten in großem Maße eingesetzt wurden, um die Millionen von Anfragen, die innerhalb kürzester Zeit ankamen, zu beantworten oder auch um Stornierungen digital vorzunehmen.

Das ist etwas, was durch KI auch immer weiter betrieben wird. Es soll dazu dienen, dass wirklich die Möglichkeit gegeben ist, kreativer und strategisch zu denken und sich den Aufgaben zu widmen, die keine sehr stark prozessorientierten sind. Wir haben verschiedenste Beispiele bei unseren Mitgliedern im VIR, wie KI eingesetzt und weiterentwickelt wird. Es geht darum, dass sie von der Planung über die Buchung bis zur Abwicklung des Reisevorhabens technologische Unterstützung bekommen und damit Freiraum für weitere Arbeitsschritte schaffen, die vonnöten sind und dass weniger Arbeitskraft für diese Bereiche eingesetzt werden muss. Das heißt, wir brauchen Arbeitskräfte, die dann die anderen Aufgaben mit übernehmen und auch teilweise in den persönlichen Kundenkontakt gehen können und die strategische Weiterentwicklung betreuen. Die KI ist wichtig, aber man sollte andere Technologien nicht vergessen.

Blockchain zum Beispiel. Es ist sehr schwer zu erklären, ich werde es nicht mal versuchen, aber es ist auf jeden Fall ein direkterer Weg, um Informationen zu teilen und ein viel sichererer Weg als andere Transaktionen stattfinden zu lassen.

Wir dürfen bei der Pauschalreiserichtlinie auch nicht vergessen, dass sie alle Reiseanbieter und alle Reiseveranstalter betrifft. Da würde ich erstmal gar nicht so sehr eine Unterscheidung zwischen *Online-Bereich* und *Offline-Bereich* treffen. Wir sind alle in der Branche gleichermaßen besorgt, was die Hürden anbelangt, die uns in den Weg gestellt werden.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU) Die nächste Frage stellt Anja Liebert von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN.

Abg. **Anja Liebert** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Herr Hübner, Sie hatten vorhin in Ihrer Ausführung schon kurz angesprochen, dass Reisen ein emotionales Thema ist. Wir haben auf der einen Seite Entscheidungen, die wir sehr rational treffen. Ich denke an das Budget, das ich zur Verfügung habe. Aber auf der anderen Seite bedeutet Reisen auch immer, die schönste Zeit des Jahres zu gestalten und das ist ein hoch emotionales Thema und wird wahrscheinlich auch nicht nur mit Klicks geregelt werden, sondern für die Menschen ist es wichtig, in ihren Entscheidungsprozessen unterstützt zu werden. Die Frage ist für uns, welchen Einfluss hat und kann die KI auf diese Prozesse haben.

Max Hübner (selbständiger Projektmanager): Das Thema „Marktdurchdringungsstrategien“ der Online-Reiseportale und der kleineren Reisebüros oder der einzelnen Reiseberater ist ein emotionales Thema. Daher muss ich, um den Verbraucher anzusprechen, auch emotional im Markt agieren. Eine OTA (*Online Travel Agency, Anm.*) macht das in der Regel durch horrenden Ausgaben für Marketing. Die Strategie dahinter ist, dass man rationale Bedürfnisse in den Hintergrund stellt. „Check24“ beispielsweise wirbt mit dem Slogan „Reisen nach Spanien“. Da geht der emotionale Faktor zurück, es geht nur um den rationalen Faktor „Geld“.

Eine Reise hängt aber nicht nur vom Preis ab, eine Reise hängt ganz stark von den individuellen Erlebnissen ab. Keiner kann Ihnen im Markt genau sagen, was für Sie persönlich Erholung und Entspannung bedeutet. Ich halte es für falsch, den Onlineportalen den Markt zu überlasten, weil man immer effizienter standardisierte Produkte mit KI auf den Markt bringen kann. Wir müssen die Marktstellung und das Besondere der einzelnen Reiseberater – mit der Unterstützung von KI – herausstellen. Die typische Reise, die man eher bei einem eigenen Reiseberater buchen sollte oder kann, ist die Rundreise. Unterschiedliche Hotels, unterschiedliche Fluglinien, Zwischenflüge beispielsweise. Das Ganze nennt sich „Bausteinreise“. Das ist genauso rechtlich abgesichert nach jetzigem Recht wie eine



Pauschalreise. Früher hat man sich aus dem Reisekatalog, einzelne Buchungscodes rausgesucht und miteinander kombiniert: Flug hier, Hotel dort, Transfer und so weiter. Wenn dann der Kunde gekommen ist und gesagt hat, ich möchte jetzt alles einen Tag nach hinten verschieben, dann musste der Reiseberater im Prinzip wieder vollkommen von vorne anfangen. KI-Tools, wie wir sie jetzt haben, können effizient den Reisemarkt unterstützen, denn sie sind in der Lage, selbstständig die ganze Reise, also die Vakanz abzufragen, die von dem Kunden gerade gewünscht ist.

Hier zeigt sich für mich, dass es in der Branche Fachkräfte braucht, die in der Lage sind, diese neuen Tools zu bedienen. Da geht es über den Bedarf hinaus, sich eine Pauschalreise rauszusuchen und mit zwei Klicks etwas zu buchen, sondern man muss die Technik auch beherrschen. KI entlastet professionelle Reiseberater, weil es mit dieser neuen effizienteren Technik dann auch schneller geht. Der Reiseberater im Reisebüro oder am Telefon muss nicht wieder ganz von vorne anfangen bei einer Reisesuche, sondern kann sich dadurch, dass er selbst effizienter geworden ist, auf die emotionalen Bedürfnisse des Kunden konzentrieren.

Mir liegt am Herzen, dass Schulungsprogramme für Teilnehmer der Tourismusbranche auch dahin gehen, dass man die Ausgangslage erkennt und versteht, was der Kunde möchte. Möchte er ein standardisiertes Pauschalpaket, dafür kann der Kunde auch durchaus die Möglichkeit nutzen, sich das Ganze selbstständig rauszusuchen oder erfordert es den Beruf als Verkehrskaufmann oder einer Tourismuskauffrau diesen Bedarf zu ermitteln.

Um die Frage konkret zu beantworten, man muss hier wirklich unterscheiden. Ich möchte nochmal unterstreichen, dass KI auf jeden Fall den Vertrieb unterstützt, aber es wäre zu einfach gesagt, wenn das nur auf pauschalisierte, standardisierte Produkte zutrifft, sondern es geht vor allen Dingen um die individualisierte Ausarbeitung.

Abg. **Anja Liebert** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): In vielen Programmen werden mir heute bei anderen Dienstleistungen *Chatbots* angeboten, die mich

durch den Prozess steuern. Wäre das auch was für die Tourismusbranche?

Max Hübner (selbständiger Projektmanager): Es kommt darauf an. Ich kann leider nur sagen, es hängt wirklich von der Unternehmensart an. Ein Reisebüro hat den Vorteil, dass dort ein Mensch sitzt und sich den Bedarf des Kunden emotional und rational annimmt. Je mehr das standardisiert ist, je mehr das Ganze technologisiert ist, desto mehr verspielt man diesen Marktvorteil.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Die nächste Frage stellt Tim Wagner von der FDP-Fraktion.

Abg. **Tim Wagner** (FDP): Frau Mayer, Sie haben das Thema *Blockchain* selbst angesprochen. Wenn Sie gerade gesagt haben, Sie wollen es nicht mal versuchen zu erklären, dann werde ich neugierig. Sie schreiben, dass die Technologie das Potenzial hat, komplexe Prozessketten neu zu strukturieren, zu vereinfachen und mühselige Arbeitsabläufe zu optimieren. Sie erwähnen das Unternehmen „*Change4Travel*“ in Ihrem *Linkset*.

Können Sie uns ganz konkret erläutern, was so ein *Blockchain*-Ökosystem ist, wie das für alle nutzbar ist, was es auch leistet und welche Arbeitsabläufe es vereinfacht. Vielleicht können Sie auch noch ein paar Beispiele nennen, welche Reisebüros, Veranstalter oder OTAs das bereits einsetzen.

Solveig Mayer (Präsidiumsmitglied, Verband Internet Reisevertrieb e.V.): Ich bin keine Expertin für *Blockchain*, aber ein Vorteil der *Blockchain* ist, dass Sie eine Transaktion zwischen zwei Punkten oder Personen wirklich sicher und direkt ablaufen lassen können. Wir vom VIR haben vor einigen Wochen auch erst unsere klugen Köpfe zusammengebracht, die sich mit dem Thema auseinandergesetzt und überlegt haben, wie sie Produkte herstellen können. Es gab ein Projekt, das konzeptionell erarbeitet und dann auch teilweise programmiert wurde. Beispielsweise wie das Angebot einer Tauchschule auf einer *Blockchain* aussehen könnte.

Da kann ich jetzt nicht ganz ins Detail gehen, aber was wirklich die gute Nachricht ist, dass es ein sehr sicherer Prozess ist, weil Sie sozusagen nicht auf einem Server alle Informationen und alle Daten liegen haben, sondern dass alles dezentralisiert ist.



Im Tourismus haben wir ganz viele Teilprozesse. Wenn eine Buchung stattfindet, dann haben Sie teilweise vier, fünf *Touchpoints* dazwischen. Wenn Sie eine Änderung in einem Prozess anstoßen oder ein neues Produkt auf den Markt bringen wollen, dann funktioniert das heutzutage noch so, dass Sie das durch diese ganzen Teilstücke durchziehen müssen. Das würde im Bereich der *Blockchain* viel einfacher funktionieren, weil dann steht das neue Produkt da und Sie können mit einer Art von Verifizierung darauf zugreifen. Es muss nicht mehr durch ganz, ganz unterschiedliche Prozessschritte abgewickelt werden.

„*Chain4Travel*“ etwa ist die Plattform, da kann sich jeder einbringen. Sie soll schlussendlich die komplette Reiseökonomie darstellen. Das heißt, da wird jetzt kein Unterschied gemacht, worüber wir sprechen. Es muss ein gewisser Technologisierungsgrad und eine Digitalisierung des Unternehmens gegeben sein, aber unser Verband ist sehr stark bei dem Projekt „*Chain4Travel*“ engagiert und es ist jeder herzlich eingeladen, dabei mitzumachen. Es ist in einem Entwicklungsstatus, es noch kein vollständig ausgereiftes Projekt, aber es soll irgendwann global den kompletten Reisemarkt auf der *Blockchain* abdecken können.

Abg. **Tim Wagner** (FDP): Wir haben schon viel darüber gehört, wie sich das Thema „Reisebuchungen“ verändert hat, wie sich auch der Markt für Reisebüros verändert hat. Was braucht es noch für die Stärkung der Reisebüros in dem wandelnden Markt? Worin sehen Sie uns als Bund konkret in der Pflicht, aber auch die Unternehmen?

Dirk Inger (Hauptgeschäftsführer, Deutscher Reiseverband): Der entscheidende Punkt für das alles wird die Pauschalreiserichtlinie sein, weil sie im Großen diesen Rahmen regelt. Ich habe gerade einen Punkt genannt, in dem jetzt Haftungen von sehr großen Marktteilnehmern über dieses Gesetzgebungsvorhaben auf kleine Marktteilnehmer verlagert wird. Das ist sicherlich der falsche Weg.

Ich denke vor allen Dingen aber auch, dass die Europäische Union den Markt, den sie reguliert, eigentlich nicht richtig kennt. Denn, wenn man sich anschaut, wie viele von den Reiseleistungen, die in Europa verkauft werden, noch

Pauschalreisen sind, dann stellt man fest, dass das weniger als 15 Prozent sind. Das heißt, wir schauen sehr stark auf einen Markt, der in Wirklichkeit nur noch 15 Prozent des Reisemarktes ist. Wenn man Deutschland aus diesem Markt rausrechnet, sind es sogar unter 10 Prozent. Jetzt müsste die Frage sein, wenn dieser Markt schon jetzt derjenige mit dem besten Verbraucherschutz ist, was kann ich denn tun, um aus diesen 85 Prozent noch mehr in diesen Pauschalreisemarkt reinzubekommen. Denn da ist der Kunde bereits heute, ohne dass es einer weiteren Veränderung bedarf, sehr gut geschützt. Die Idee, die die Kommission aber zu verfolgen scheint, ist die, diesen Markt noch kleiner zu machen und weniger Menschen noch besseren Verbraucherschutz anzubieten. Das kann man als politisches Ziel wollen. Das ist eine Entscheidung des Gesetzgebers. Ob das klug ist, würde ich bezweifeln. Das hat allerhöchste Auswirkungen auf die Frage, wie der Reisevertrieb in der Zukunft aussieht.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Die nächste Frage stellt Mike Moncsek von der AfD-Fraktion.

Abg. **Mike Moncsek** (AfD): Herr Inger, Sie hatten in Ihrer schriftlichen Stellungnahme die geschickte Verknüpfung von künstlicher Intelligenz und individueller Beratung als Schlüssel des Erfolgs geschrieben. Ähnlich sieht es auch Frau Mayer, betont aber gleichzeitig, dass in ihrer Studie KI aus Kundensicht 48 Prozent der Befragten menschliche Ansprechpartner einer KI vorziehen würden. Wo ist aus Ihrer Sicht das kundenverständliche Maß zwischen den KI-Beratungen bei der Reisebuchung? Wann ist das erreicht? Wann beginnt der Bereich, ab dem der Kunde oder auch der Vertriebsmitarbeiter, künstliche Intelligenz als unangenehm und bedrohlich empfindet?

Meine zweite Frage geht an Herrn Rengelshausen. Wie will Ihr Unternehmen der Situation entgegenwirken, dass künstliche Intelligenz scheinbar überzeugende Resultate hervorbringt, die aber objektiv falsch sind, weil ihnen keine ausreichenden Daten zugrunde liegen.

Dirk Inger (Hauptgeschäftsführer, Deutscher Reiseverband): Ich glaube, dass die künstliche Intelligenz, wie ich eben schon mal versucht habe zu erläutern, vor allen Dingen da sehr hilfreich sein



kann, wo es darum geht, wiederkehrende Aufgaben zu erledigen und Grundinformationen zu geben. Wir sehen, dass die Kunden, die eine Reise buchen wollen, gerne am Ende mit einem Menschen sprechen wollen. Sie wollen gerne wissen, treffe ich die richtige Entscheidung? Passt das zu meinen Wünschen? Ist das für meine Familie das Richtige im Sommerurlaub? Werde ich da das finden, was ich wirklich suche in meinem Urlaub? Da wird vor allen Dingen, wenn die Reise etwas teurer ist, wenn man viele hundert Euro dafür ausgibt, dann möchte man ein Stück weit Sicherheit haben, dass das, was man für die Familie im Sommer entscheidet, beispielsweise eine richtige Entscheidung ist. Das geht immer dann besser, wenn man mit einem Menschen reden kann.

Ich habe aber in dem Bereich Geschäftsreisen relativ viele Informationen. Der Flug ist verspätet, es ändert sich etwas in der Bahnverbindung und so weiter. Da kann künstliche Intelligenz sehr hilfreich sein, weil es automatisiert den Reisenden, während er unterwegs ist, informiert: „Achtung, du erwischst deinen Anschlusszug nicht oder dein Flug ist in Gefahr, wir haben dich umgebucht“. Da kann künstliche Intelligenz einen sehr sinnvollen und sehr sinnstiftenden Beitrag leisten. Aber bei der eigentlichen Entscheidung, will ich dorthin oder dahin, welche Urlaubsform ist für mich die richtige, stellen wir fest, dass am Ende Menschen immer gerne noch von Menschen beraten werden möchten.

Dr. Oliver Rengelshausen (Geschäftsführer, Amadeus Germany): Ich sehe im Grunde genommen zwei Ansätze. Das eine ist, dass sich die KI-Modelle noch weiterentwickeln. Wir sind gerade erst am Anfang der Entwicklung, speziell der generativen KI-Modelle. Zum anderen gibt es heute schon und wird es immer zunehmend geben, spezialisierte KIs, die auf bestimmte gesicherte Datenbestände zugreifen, die dann auch qualitätsgesichert sind. Wenn ich beispielsweise nach Sehenswürdigkeiten in Dresden suche, dann müssen Sie sich darauf verlassen, dass der Datenbestand, den die KI nutzt, in irgendeiner Form auch vernünftig interpretiert wird. Wir werden in unseren Systemen, die wir auch den Reisebüros zur Verfügung stellen, darauf achten, dass die Datenbasis, die wir nutzen entsprechend gesichert und qualitätsgesichert ist. Die Systeme

werden daraufhin auch getestet. Ich gehe davon aus, dass man immer wieder die entsprechenden Qualitätsbarrieren einzieht, um sicherzugehen, dass die Ergebnisse, die eine KI liefert, auch tatsächlich verlässlich und nachvollziehbar sind. Das ist eine unserer klar erklärten Leitplanken, in denen wir arbeiten.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Letzte Fragestellerin ist Frau Ina Latendorf von der Gruppe Die Linke.

Abg. **Ina Latendorf** (Die Linke): Frau Mayer, Sie hatten in Ihrer Stellungnahme auch ausgeführt, dass Deutschland insgesamt bei der digitalen Transformation hinterherhinkt und wir noch Nachholbedarf insbesondere gegenüber den anderen europäischen Ländern haben. Sehen Sie eine Chance, dass man miteinander vorankommt?

Andererseits habe ich Herrn Hübner und Herrn Inger auch so verstanden, dass wir neben der digitalen Transformation und den rein digitalen Angeboten immer noch die individuelle Beratung durch einen Menschen brauchen, um herauszufiltern, was der Kunde überhaupt möchte. In welchem Maße ist es erstrebenswert, in diese digitale Transformation zu gehen oder inwieweit muss man da doch die Kombinationsmöglichkeiten suchen?

Solveig Mayer (Präsidiumsmitglied, Verband Internet Reisevertrieb e.V.): Es gibt Studien, die zeigen, dass Deutschland im Mittelfeld liegt, was das Buchungsverhalten und die Adaption von digitalen Tools anbelangt. Man sieht es auch im Bereich Zahlungsdienstleistungen zum Beispiel, aber eben auch beim Buchungsverhalten generell. Bei den Buchungen im Reisebereich geht die *Online*-Buchung voran. In einigen Wochen wird es dazu neue Zahlen geben, die wir zusammen mit der Reiseanalyse veröffentlichen werden. Da kann man das nochmal nachlesen. Der Trend beim Buchungsverhalten geht seit langem nach oben.

Aber was kann man tun? Politik, Unternehmen, Verbände und auch Gesellschaft können sehr viel gemeinsam tun. Was ich vorhin schon kurz angedeutet habe, wie stellen wir uns auf diese Transformation alle zusammen ein? Was können wir machen, damit die Vorteile, aber auch die



Risiken gut kommuniziert werden? Ich glaube, Transparenz ist das eine. Es wurde auch schon angemerkt, dass beim Einsatz von künstlicher Intelligenz es schon die Bitte der Verbraucher da ist, dass man zumindest transparent darüber informiert wird, wenn so ein *Tool* eingesetzt wird. Information und Transparenz sind ganz wichtig.

Ich hatte vorhin angemerkt, dass wir im Verband versuchen, mit Programmierwettbewerben auf gemeinsamen Veranstaltungen mit allen Interessensgruppen ins Gespräch zu kommen und man die Hürden ein wenig senkt und aufzeigt, was möglich ist, dass es aber auch Punkte gibt, bei denen wir alle aufpassen müssen.

Es gibt tolle *Software*, die auch für den Privatgebrauch eingesetzt werden kann. Es gibt beispielsweise die *Software Mid-Journey*, mit der man Bild- und Videomaterial herstellen kann. Es gibt spielerische Möglichkeiten, das zusammen auch unters Volk zu bringen.

Die Bitte an die Politik ist, mit Augenmaß hinzuschauen, Innovationen nicht mit zu harter Regulierung zu torpedieren, sondern auch im Bereich Förderung etwas zu tun. Wir haben im Tourismus die Bitte, uns immer zu beteiligen. Es gibt gerade im Bereich KI einiges an Fördermitteln. Es gibt auch Kompetenzzentren zum Bereich KI, vier an der Zahl in Deutschland, die man auch für den Tourismus öffnen könnte. Eine weitere Bitte ist, in der Ausbildung auf diese Themen einzugehen. Da sind wir alle gefragt.

Dirk Inger (Hauptgeschäftsführer, Deutscher Reiseverband): Die wesentliche Unterscheidung ist heute nicht mehr digital versus stationär, sondern die wesentliche Unterscheidung ist organisierte versus nicht organisierte Reisen. Die Kontaktaufnahme ist häufig digital und am Ende wird entweder in einem stationären Reisebüro gebucht oder es wird digital gebucht. Was sich aber sehr in Europa unterscheidet, ist die Art, wie die Märkte organisiert sind. In Deutschland, in Österreich, in den Niederlanden, auch in der Schweiz, nicht zur EU gehörend, gibt es noch einen sehr starken Reisevertrieb mit stationären Reisebüros, während es in Skandinavien so gut wie keine Reisebüros mehr gibt und man nur noch digital bucht. Bei der Regulierung muss man immer

im Blick behalten, dass die Märkte sehr unterschiedlich sind. Der deutsche Markt ist ein besonders vielfältiger und mittelständisch geprägter Markt.

Max Hübner (selbständiger Projektmanager): Zusätzliche Effizienz schafft immer Umsatz. Und die Frage ist, was machen die Unternehmen mit den zusätzlich gewonnenen Mitteln? Entlassen sie Mitarbeiter, versuchen sie noch mehr Gewinn zu erwirtschaften oder steckt man den gewonnenen Umsatz in die Mitarbeiter? Da wir hier auch über Fachkräftesicherung sprechen, wäre die unternehmerische Entscheidung, die Branche zu sichern, indem man mehr Geld für die Mitarbeiter ausgibt.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU) Vielen Dank, liebe Damen und Herren Sachverständige, für Ihre Informationen, die Sie uns heute gegeben haben, für den guten Austausch, die Zeit, die Sie sich genommen haben. Ich möchte die öffentliche Anhörung an dieser Stelle damit beenden.

Schluss der Sitzung: 16:20 Uhr

Jana Schimke, MdB

Vorsitzende



Verweis auf Anlagenkonvolut

A-Drs. 20(20)151

Solveig Mayer

A-Drs. 20(20)152

Max Hübner

A-Drs. 20(20)153

Daniel Krahn

A-Drs. 20(20)154

Dirk Inger

A-Drs. 20(20)155

Alexandra Wolframm

A-Drs. 20(20)156

Dr. Oliver Rengelshausen