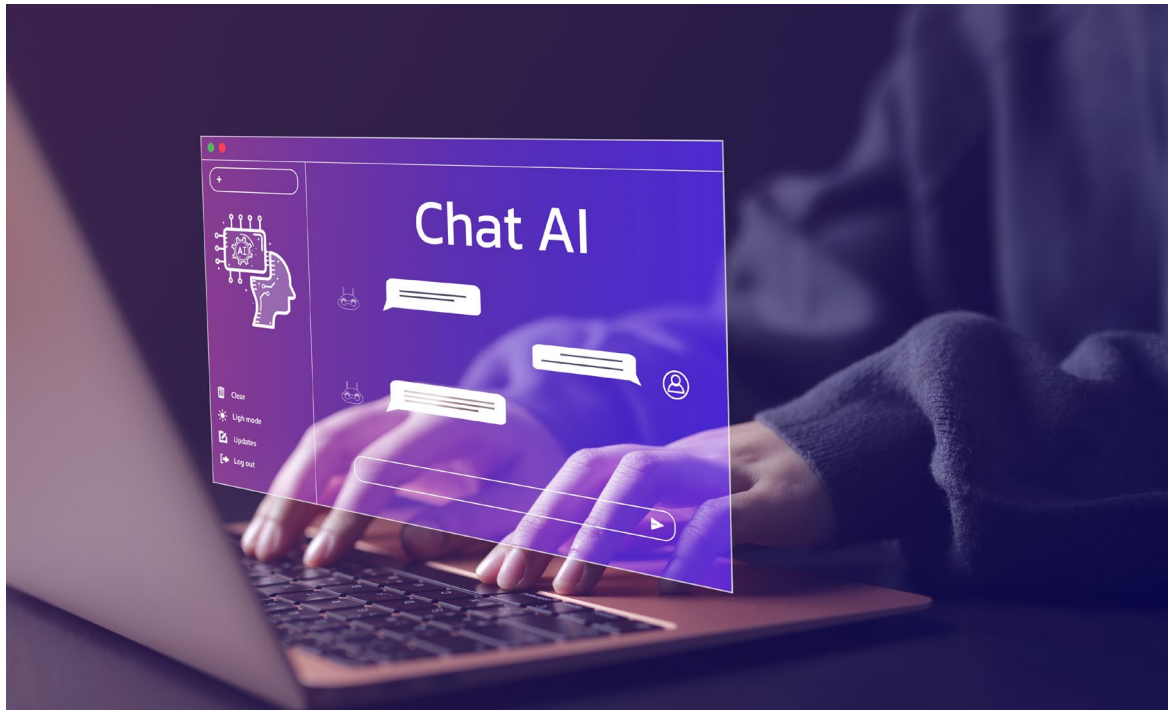


ReiseZukunft



Bildquelle: stock.adobe.com by Supatman

Ergebnisse der Online-Kundenbefragung über Künstliche Intelligenz im Alltag sowie im Kontext des Reisevertriebs/Tourismusaspekts

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Untersuchungsgegenstand

Kundenbefragung über künstliche Intelligenz im Alltag sowie im Kontext des Reisevertriebs/Tourismusaspekts

Stichprobe/Erhebungsmethodik

Die Datenerhebung erfolgte in Form einer computergestützten Webbefragung. Die Stichprobe von insgesamt 1.090 Fällen ist bevölkerungsrepräsentativ hinsichtlich der Merkmale Alter bis 70 Jahre, Geschlecht und Herkunft nach Bundesland. Die Grundgesamtheit dieser Befragung entspricht der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in ganz Deutschland ab 18 Jahren, die nach 2019 Urlaubsreisen unternommen haben.

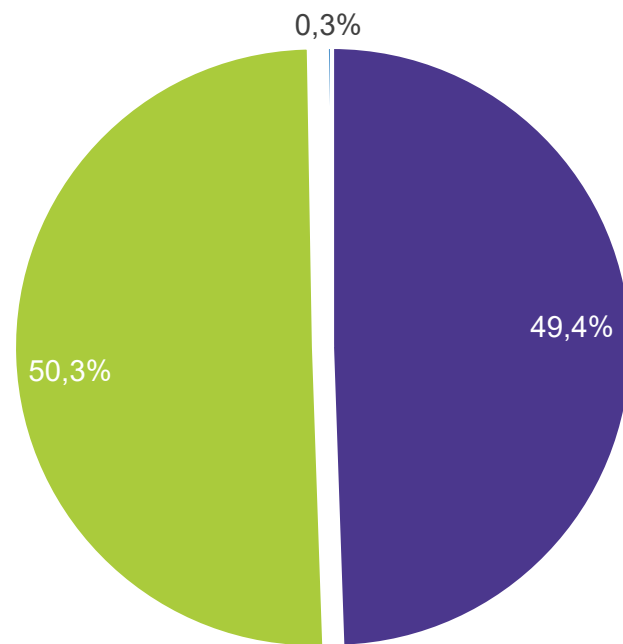
Marktforschungsinstitut: Die Datenerhebung, Auswertung und Ergebnisdarstellung erfolgte durch CENTOURIS.

Erhebungszeitraum: 25.04.2023 bis 10.05.2023

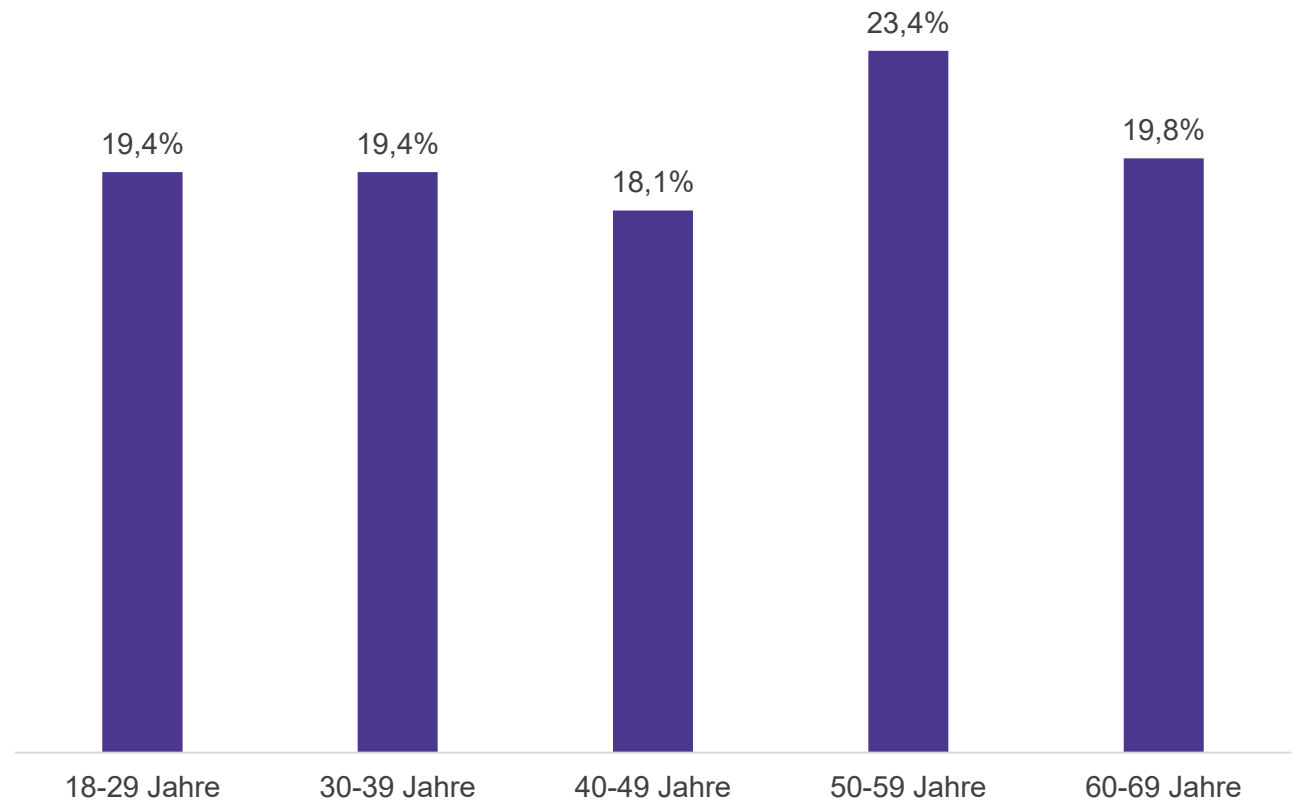
Fallzahl: n = 1090

Hinweise: In der Präsentation werden die wesentlichen Ergebnisse der Kundenbefragung dargestellt. Werte kleiner als 3 Prozent werden nicht dargestellt. Wenn nicht anders angegeben gilt: Basis = alle Befragten.

Gewichtungsrelevante Merkmale: Geschlecht und Alter



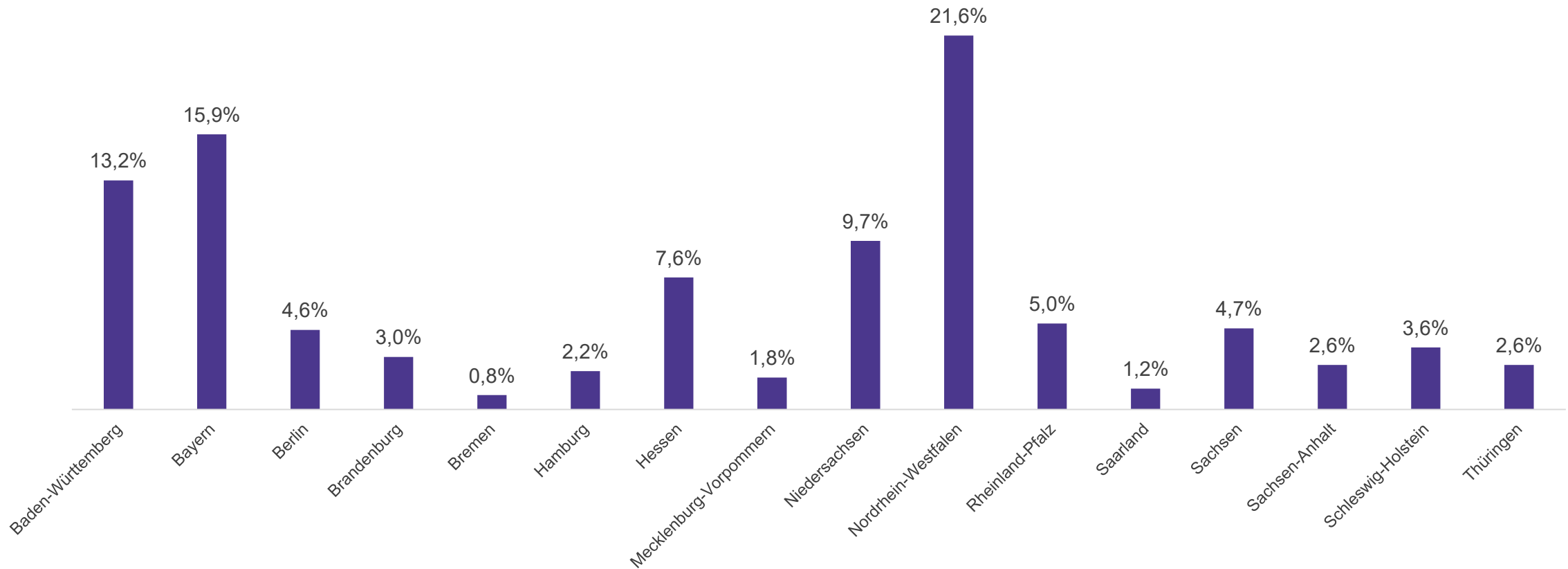
- Weiblich
- Männlich
- Divers



Soziodemographische Abfragen: Geschlecht und Alter bevölkerungsrepräsentativ bis 70 Jahre

Basis: alle Befragten (n=1090)

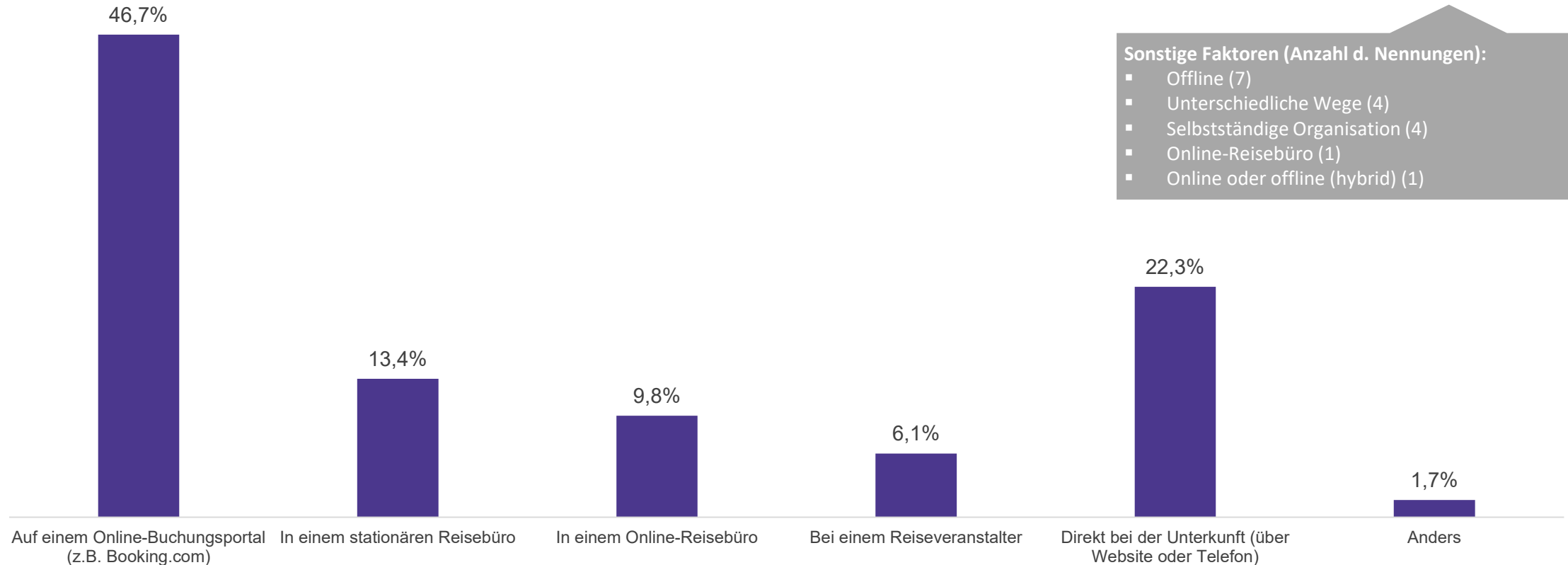
Gewichtungsrelevante Merkmale: Herkunft nach Bundesland



Soziodemographische Abfragen: Die Herkunft nach Bundesländern ist in der Stichprobe bevölkerungsrepräsentativ verteilt.

Basis: alle Befragten (n=1090)

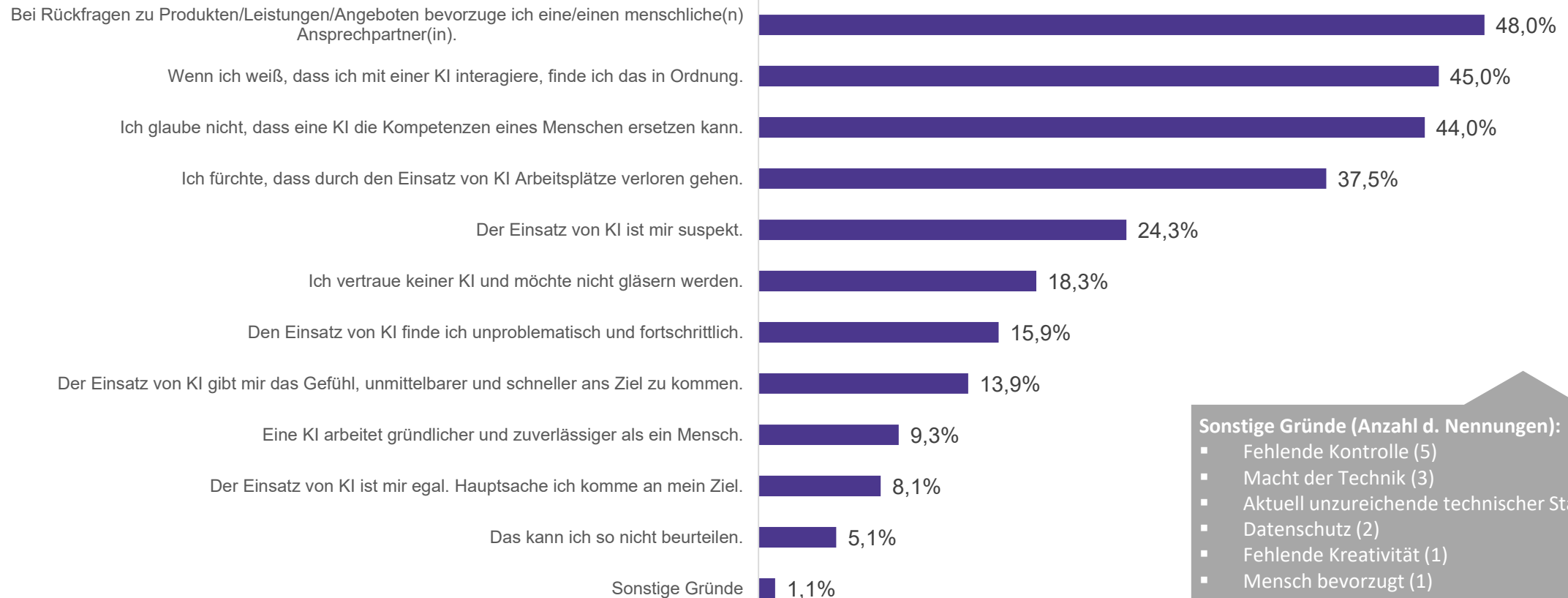
Wo buchen Sie gewöhnlich Ihren Urlaub?



Q17: Wo buchen Sie gewöhnlich Ihren Urlaub?

Basis: alle Befragten (n=1090)

Wie stehen Sie zu künstlicher Intelligenz im Allgemeinen?

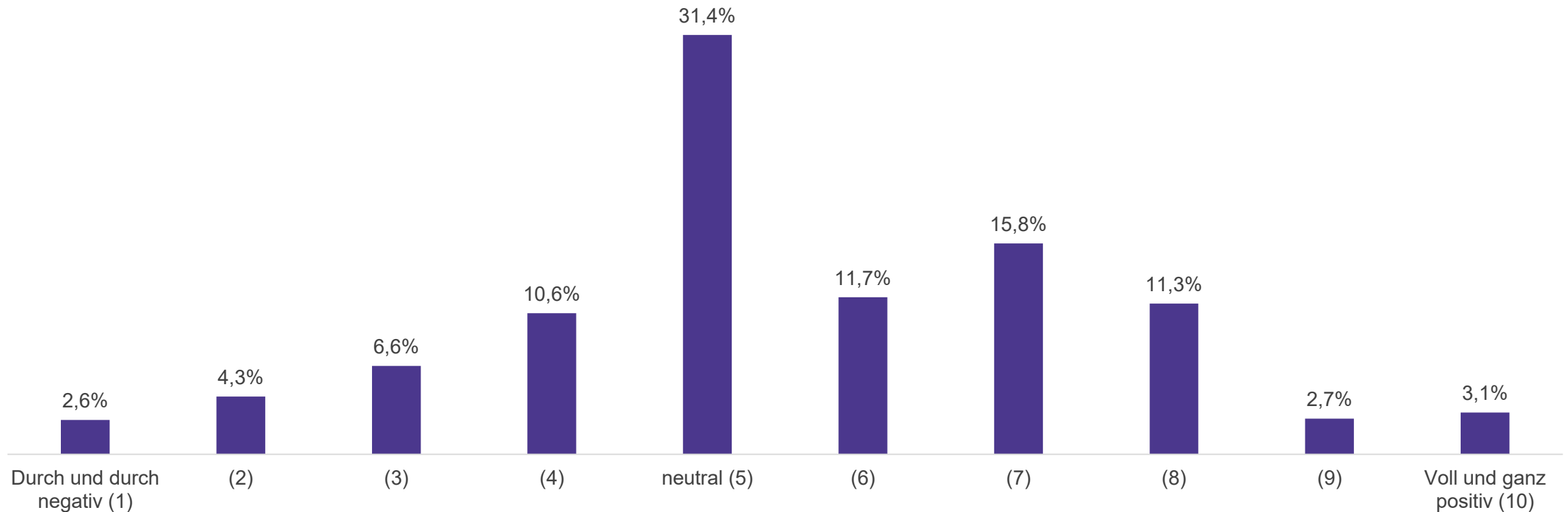


- Sonstige Gründe (Anzahl d. Nennungen):**
- Fehlende Kontrolle (5)
 - Macht der Technik (3)
 - Aktuell unzureichende technischer Stand (2)
 - Datenschutz (2)
 - Fehlende Kreativität (1)
 - Mensch bevorzugt (1)

Q07: Wie stehen Sie zu künstlicher Intelligenz im Allgemeinen? Wählen Sie alle Aussagen, denen Sie zustimmen.

Basis: alle Befragten (n=1090), Mehrfachantworten möglich

Wie ordnen Sie Ihre persönliche Einstellung zu KI ein?

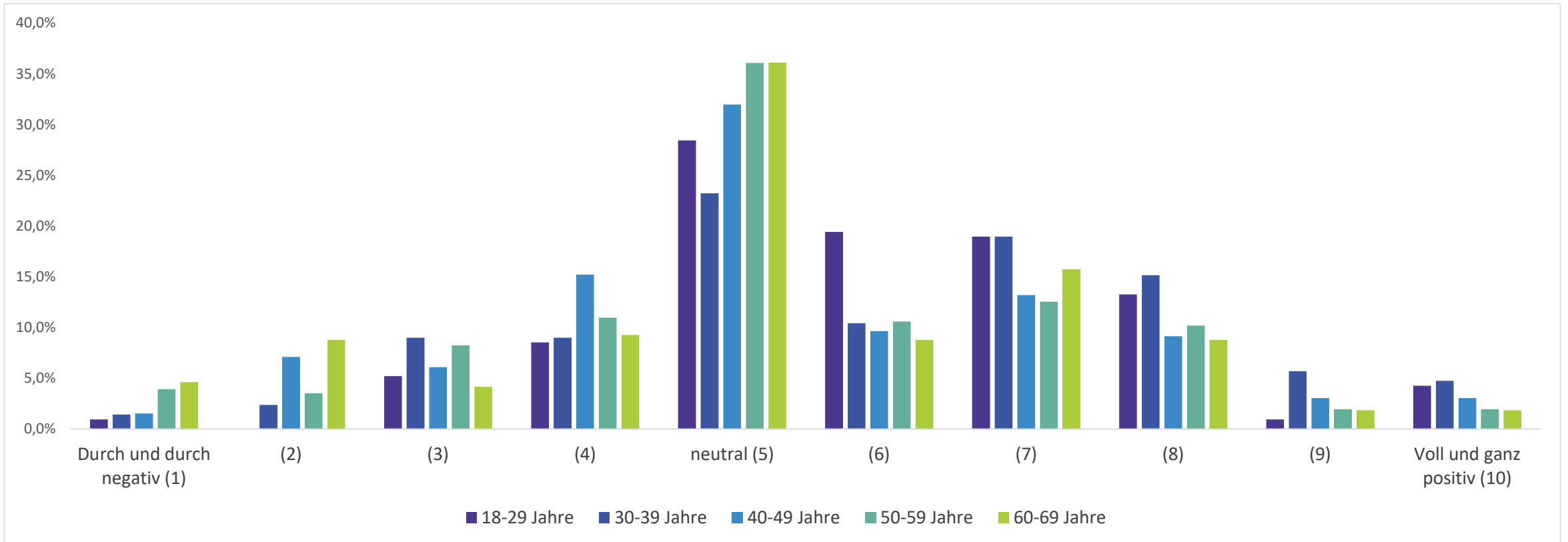


Q08: Wie ordnen Sie Ihre persönliche Einstellung zu KI ein? Skala von 1 bis 10

Basis: alle Befragten (n=1090)

Persönliche Einstellung zu KI nach Alter

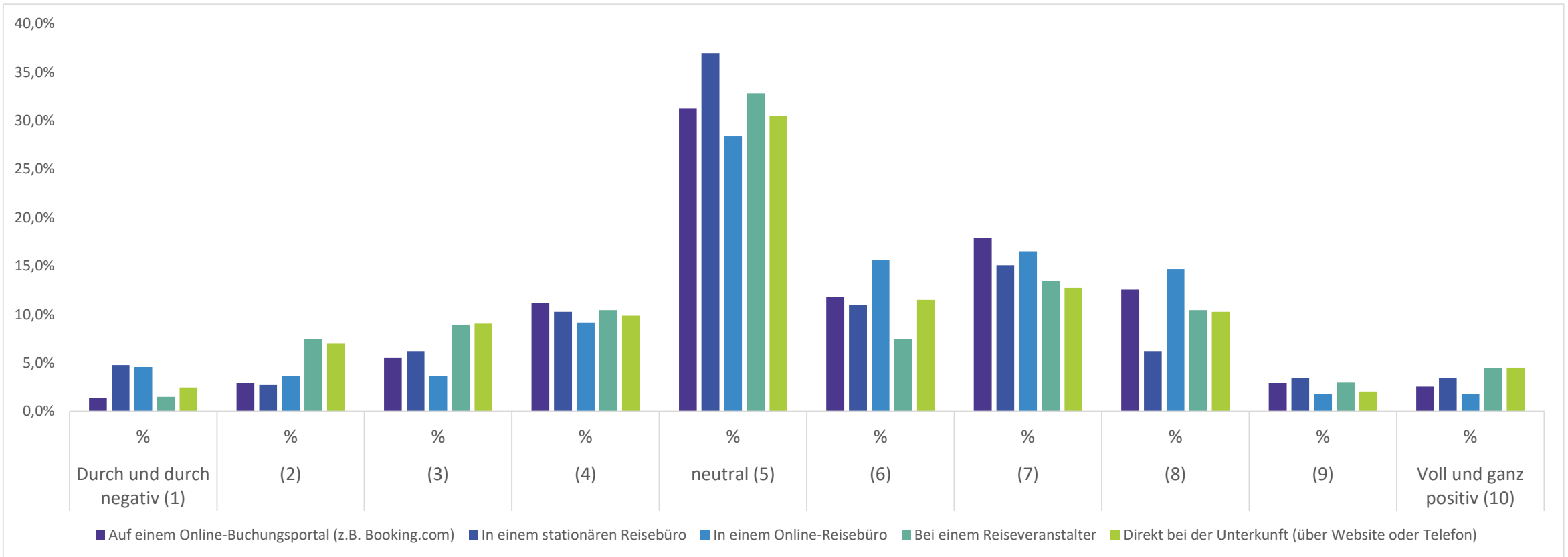
Wie ordnen Sie Ihre persönliche Einstellung zu KI ein?



Q08: Wie ordnen Sie Ihre persönliche Einstellung zu KI ein? Skala von 1 bis 10

Basis: alle Befragten (n=1090)

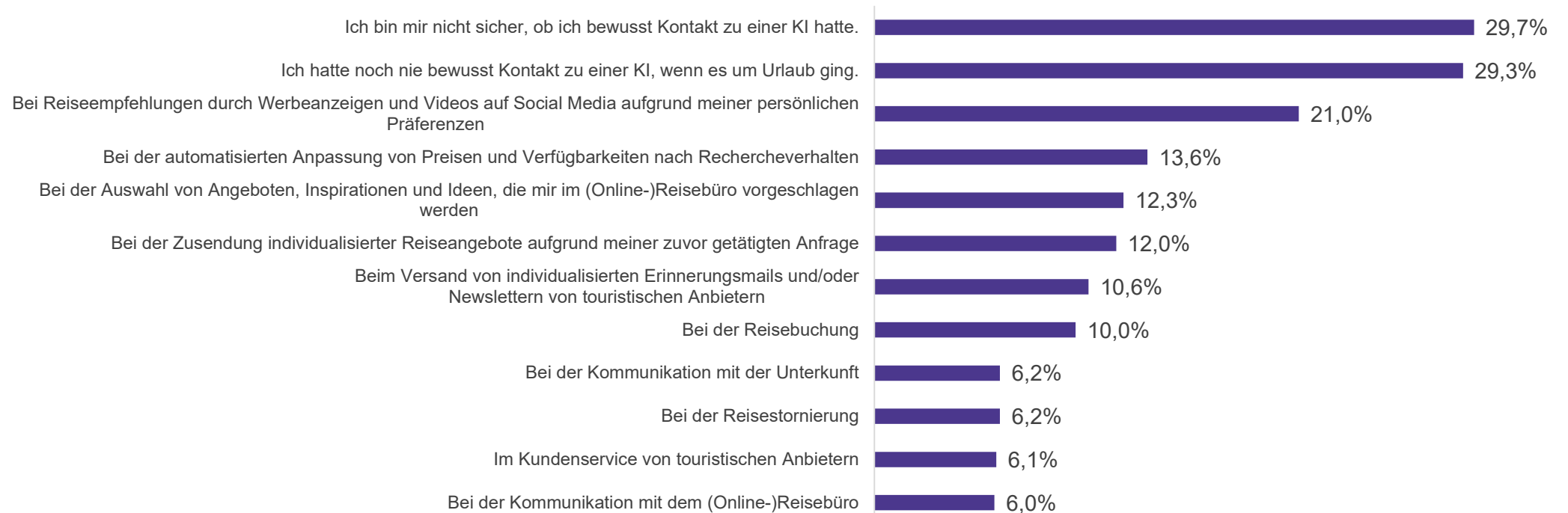
Wie ordnen Sie Ihre persönliche Einstellung zu KI ein?



Q08: Wie ordnen Sie Ihre persönliche Einstellung zu KI ein? Skala von 1 bis 10

Basis: alle Befragten (n=1090)

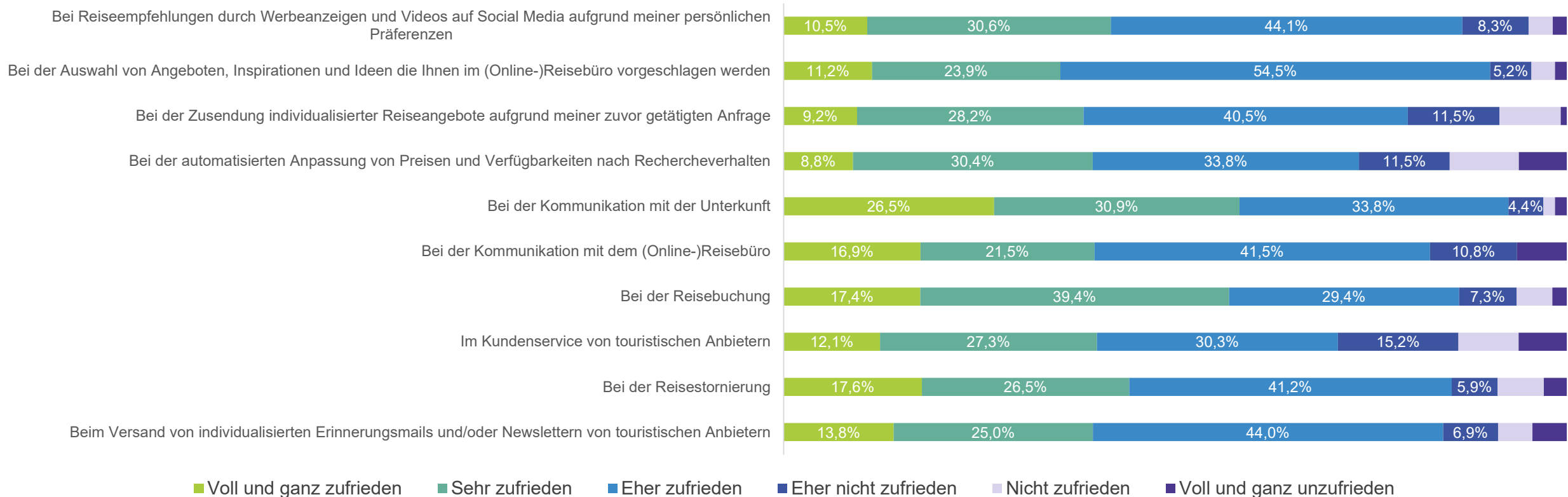
In welchen Situationen hatten Sie bislang in der Tourismusbranche bewusst Kontakt zu KI?



Q09: In welchen Situationen hatten Sie bislang in der Tourismusbranche bewusst Kontakt zu KI? Mit Kontakt meinen wir, dass Sie bewusst oder vorerst unbewusst mit einer KI interagiert – also geschrieben oder gesprochen – haben. Basis: alle Befragten (n=1090), Mehrfachantworten möglich

Zufriedenheit mit der Leistung von KI

Wie zufrieden waren Sie in den angegebenen Situationen mit der Leistung der KI?



Q10: Wie zufrieden waren Sie in den angegebenen Situationen mit der Leistung der KI? Bitte bewerten Sie auf einer Skala von "Voll und ganz zufrieden" bis "Voll und ganz unzufrieden".

Basis: Alle Befragten, die bewusst Kontakt zu einer KI hatten oder sich sicher sind, dass sie bewusst Kontakt zu einer KI hatten. (n=446)

Warum waren Sie mit diesen Leistungen der KI unzufrieden?

| | |
|--------------------------------|----|
| Unzureichende Antworten | 41 |
| Fehlende Individualisierung | 29 |
| Menschlicher Kontakt bevorzugt | 11 |
| Günstigere Preiserwartung | 7 |
| Fehlendes Vertrauen | 7 |
| Werbung unerwünscht | 8 |
| Allgemeine Ablehnung gegen KI | 6 |
| Fehlende Preistransparenz | 5 |
| Datenschutz | 4 |
| Handhabung | 3 |

Q11: Warum waren Sie mit diesen Leistungen der KI unzufrieden? Offene Nennungen.

Basis: Alle Befragten, die bewusst Kontakt zu einer KI hatten oder sich sicher sind, dass sie bewusst Kontakt zu einer KI hatten und unzufrieden mit der Leistung waren. (n=119)

Warum waren Sie mit diesen Leistungen der KI unzufrieden?

Unzureichende Antworten:

„Die Fragen konnten nicht beantwortet werden und ich wurde letzten Endes doch wieder an einen Menschen verwiesen.“

„Meine Anliegen wurden nicht verstanden und entsprechend konnte mir nicht geholfen werden.“

Q11: Warum waren Sie mit diesen Leistungen der KI unzufrieden? Offene Nennungen.

Basis: Alle Befragten, die bewusst Kontakt zu einer KI hatten oder sich sicher sind, dass sie bewusst Kontakt zu einer KI hatten. (n=119)

Warum waren Sie mit diesen Leistungen der KI unzufrieden?

Fehlende Individualisierung:

„Nicht persönlich genug.
Gibt einem das Gefühl, dass man
nur einer von vielen ist.“

„Mir wurden Reiseziele vorgeschlagen, die
keinerlei Grundlage zu meinem
Reiseverhalten aufwiesen. Die KI
berücksichtigte nur die häufigsten
Reiseziele von Touristen aus meiner Region.“

Q11: Warum waren Sie mit diesen Leistungen der KI unzufrieden? Offene Nennungen.

Basis: Alle Befragten, die bewusst Kontakt zu einer KI hatten oder sich sicher sind, dass sie bewusst Kontakt zu einer KI hatten. (n=119)

Warum waren Sie mit diesen Leistungen der KI unzufrieden?

Fehlende Preistransparenz/
Günstigere Preiserwartung:

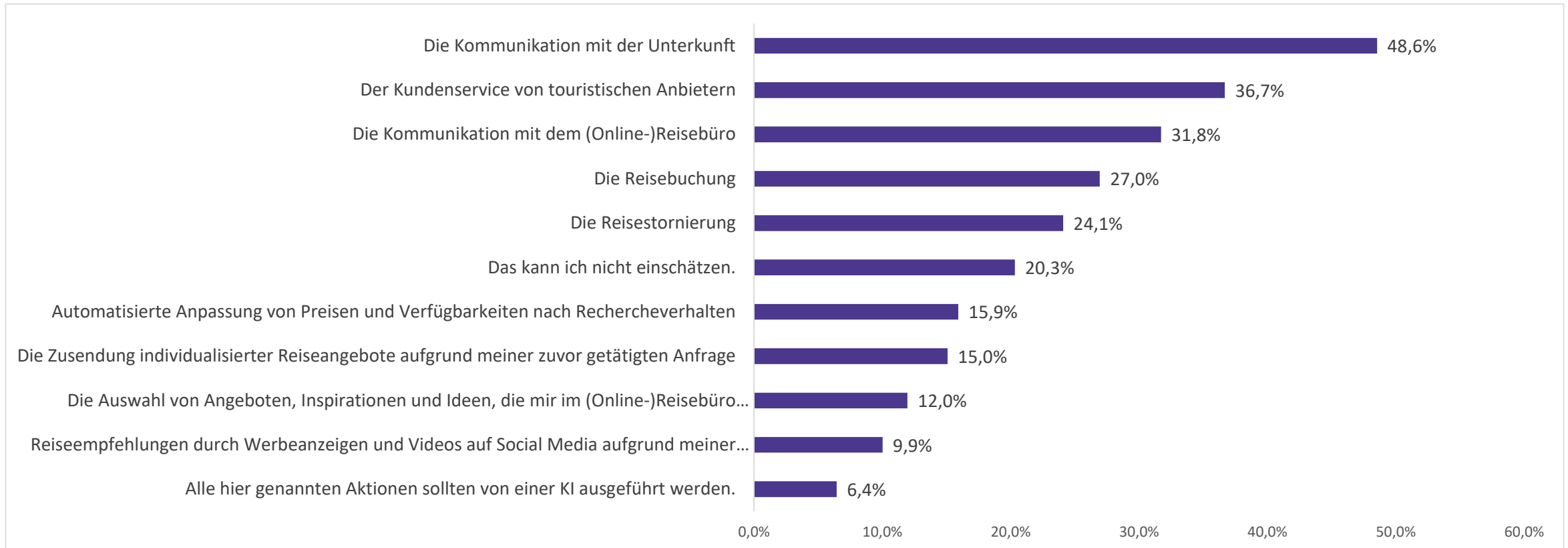
„Man kann sich nie sicher sein, ob der angebotene Preis nun tatsächlich der von dem Anbieter gewünschte (günstigste) Preis ist, oder ob einem dadurch nicht doch ein höherer Reisepreis aufgedrängt wird.“

„Oft werden die Preise dann plötzlich teurer und die Verfügbarkeit weniger – das ist nicht in Ordnung.“

Q11: Warum waren Sie mit diesen Leistungen der KI unzufrieden? Offene Nennungen.

Basis: Alle Befragten, die bewusst Kontakt zu einer KI hatten oder sich sicher sind, dass sie bewusst Kontakt zu einer KI hatten. (n=119)

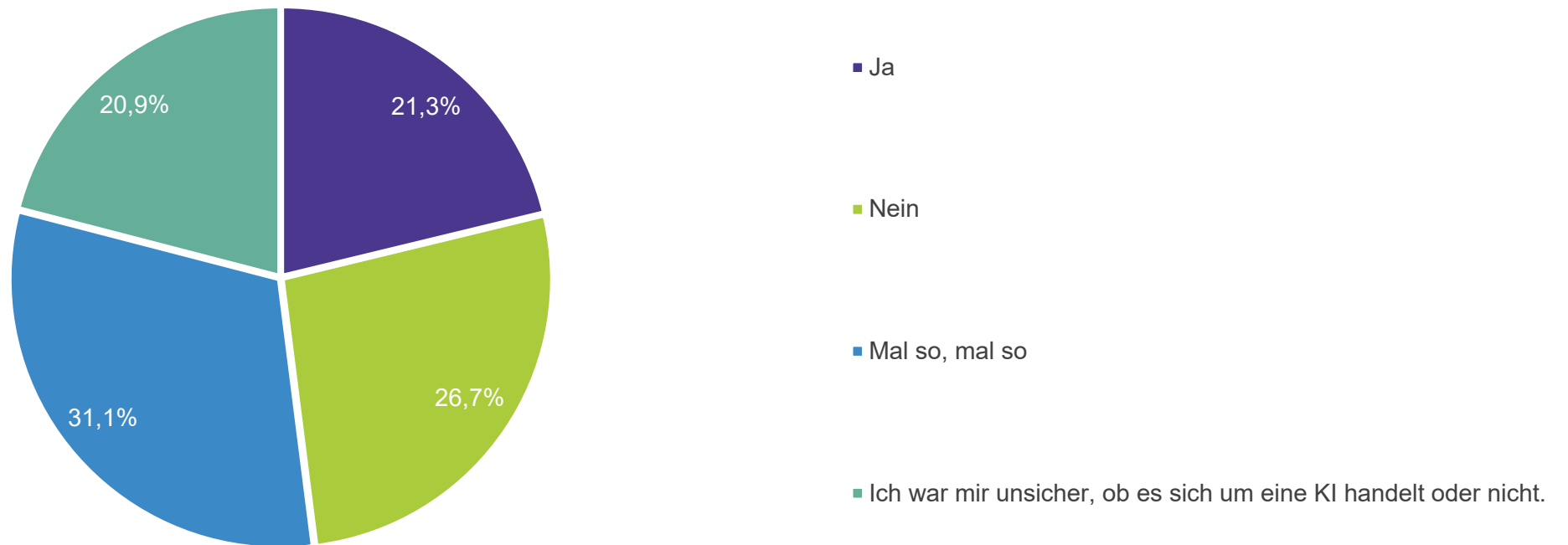
Welche der unten aufgeführten Aktionen sollten NICHT von einer KI ausgeführt werden?



Q12: Welche der unten aufgeführten Aktionen sollten NICHT von einer KI ausgeführt werden?

Basis: alle Befragte (n=1090), Mehrfachantworten möglich

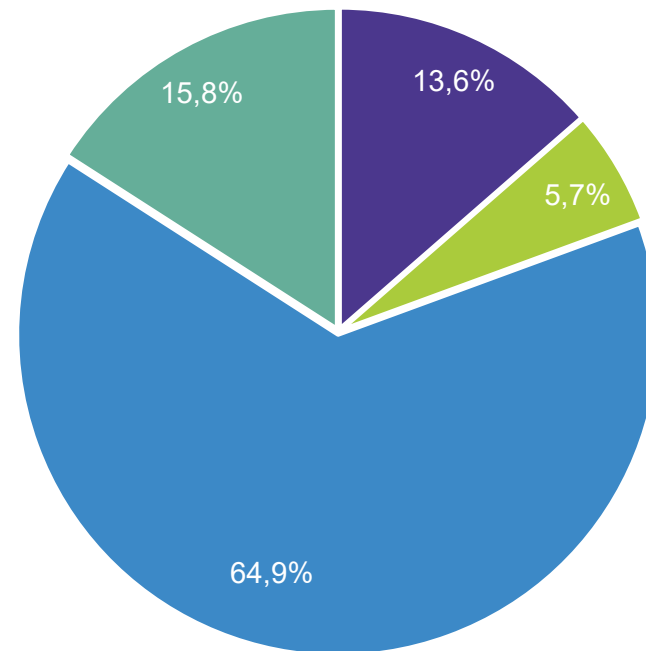
Haben Sie bei Ihren bisherigen Kontakten zu KI direkt bemerkt, dass es sich um eine KI handelt?



Q13: Haben Sie bei Ihren bisherigen Kontakten zu KI direkt bemerkt, dass es sich um eine KI handelt?

Basis: Alle Befragten, die Kontakt zu einer KI hatten (n=771)

Hat sich Ihre Einstellung gegenüber KI durch den Kontakt verändert?

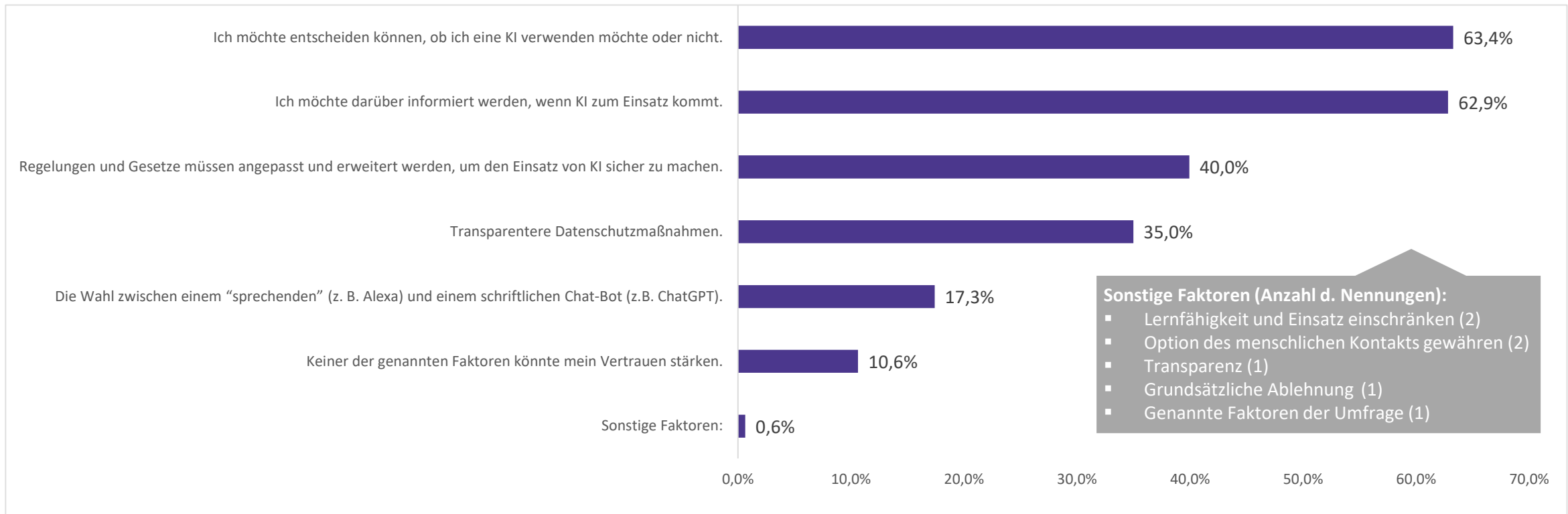


- Ja, ich stehe KI jetzt positiver gegenüber.
- Ja, ich stehe KI jetzt negativer gegenüber.
- Nein, meine Einstellung hat sich nicht geändert.
- Weiß nicht

Q14: Hat sich Ihre Einstellung gegenüber KI durch den Kontakt verändert?

Basis: Alle Befragten, die Kontakt zu einer KI hatten (n=771)

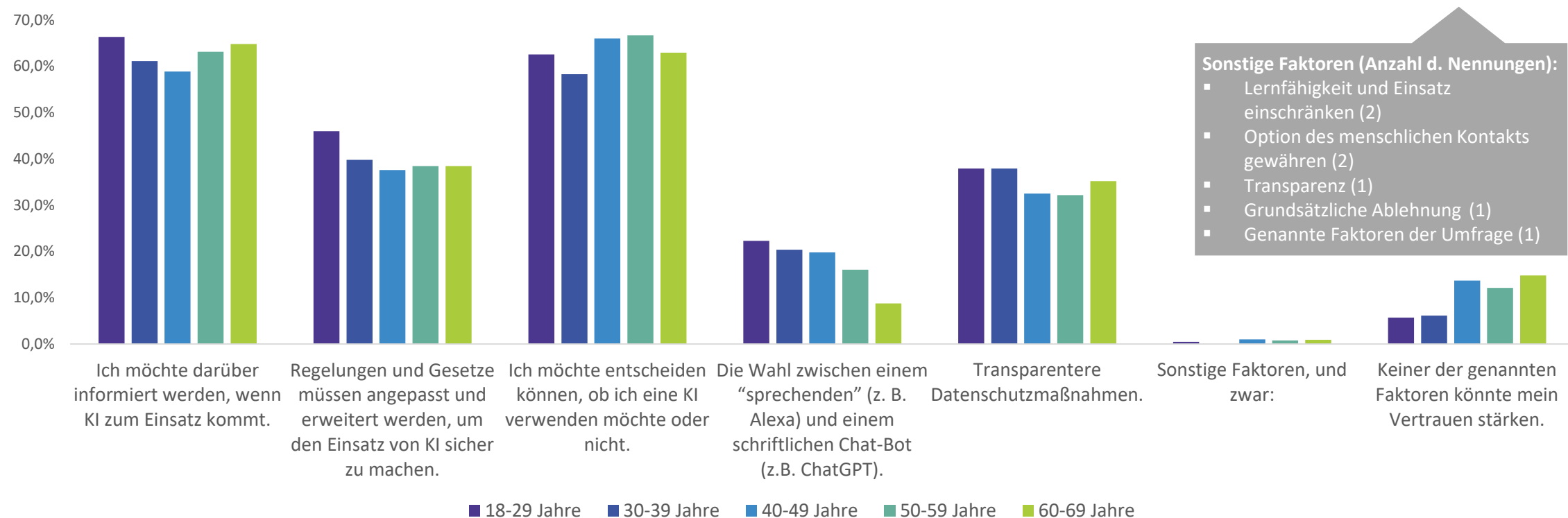
Welche Faktoren könnten den Einsatz von KI in der Tourismusbranche Ihrer Meinung nach vertrauenswürdiger machen?



Q15: Welche Faktoren könnten den Einsatz von KI in der Tourismusbranche Ihrer Meinung nach vertrauenswürdiger machen?

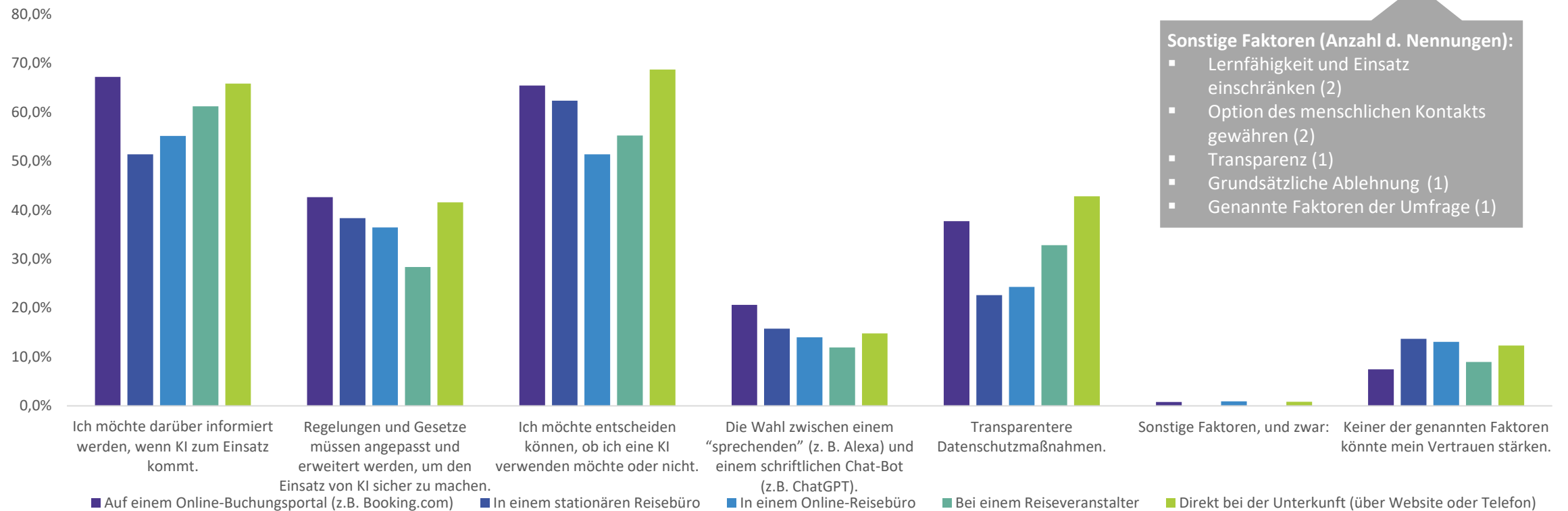
Basis: alle Befragten (n=1090), Mehrfachantworten möglich

Welche Faktoren könnten den Einsatz von KI in der Tourismusbranche Ihrer Meinung nach vertrauenswürdiger machen?



Q15: Welche Faktoren könnten den Einsatz von KI in der Tourismusbranche Ihrer Meinung nach vertrauenswürdiger machen?
 Basis: alle Befragten (n=1090), Mehrfachantworten möglich

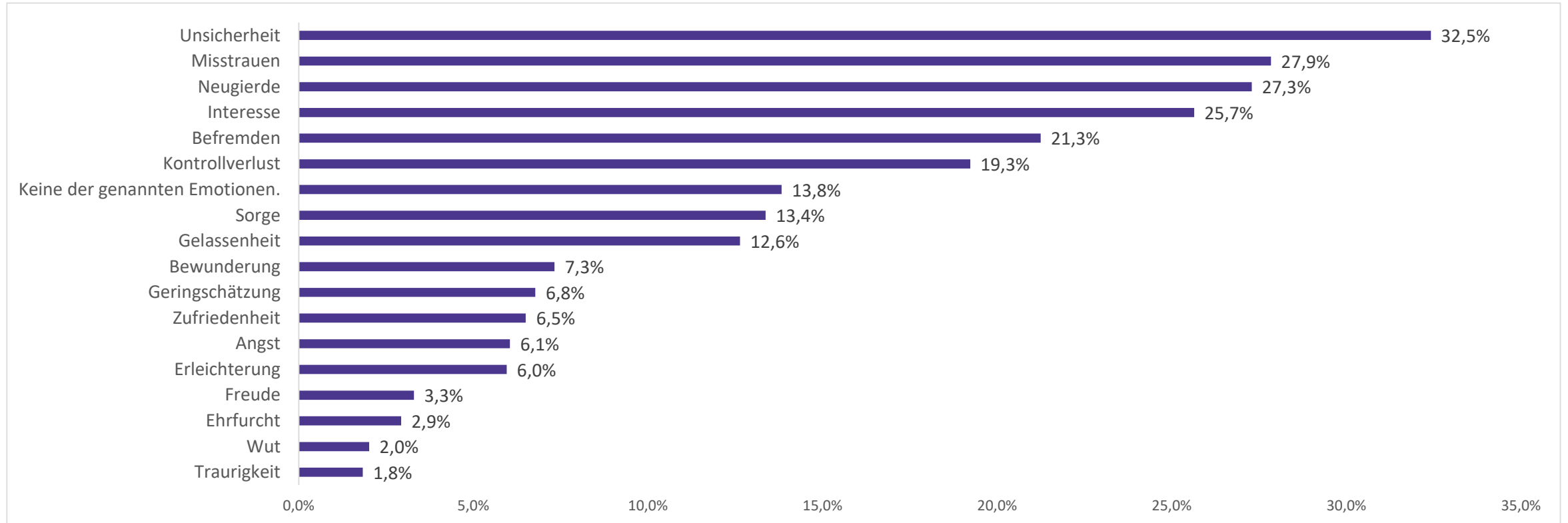
Welche Faktoren könnten den Einsatz von KI in der Tourismusbranche Ihrer Meinung nach vertrauenswürdiger machen?



Q15: Welche Faktoren könnten den Einsatz von KI in der Tourismusbranche Ihrer Meinung nach vertrauenswürdiger machen?

Basis: alle Befragten (n=1090), Mehrfachantworten möglich

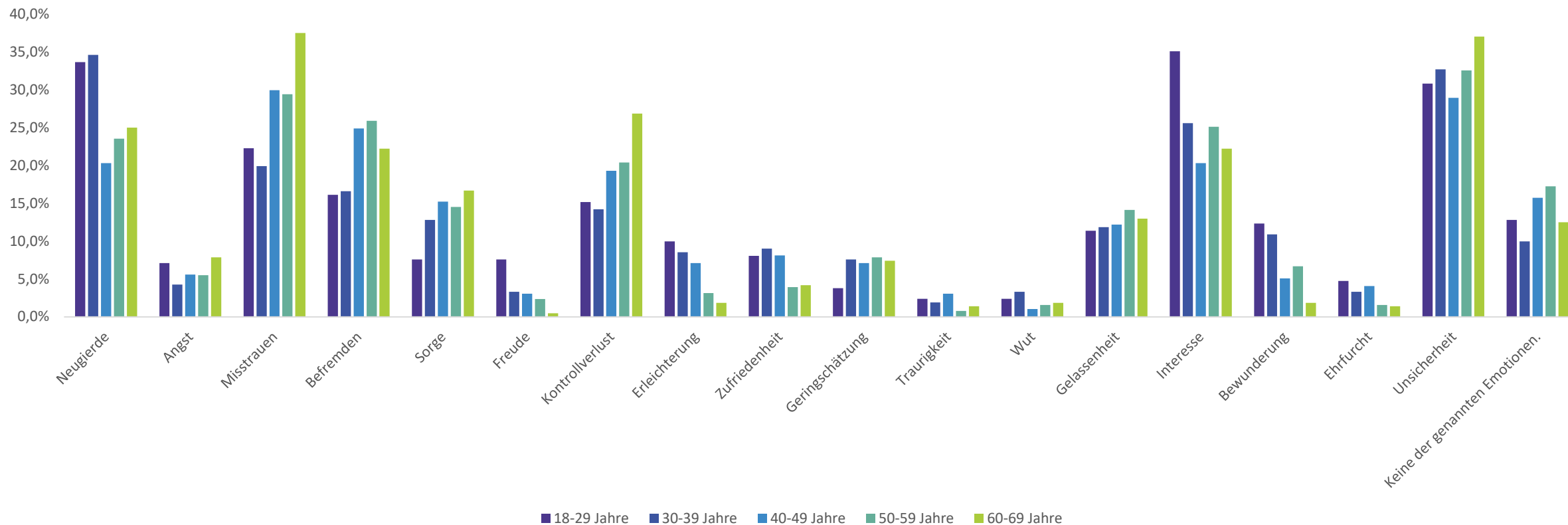
Welche der folgenden Emotionen ruft der Gedanke an KI in der Tourismusbranche in Ihnen hervor?



Q16: Welche der folgenden Emotionen ruft der Gedanke an KI in der Tourismusbranche in Ihnen hervor?

Basis: alle Befragten (n=1090), Mehrfachantworten möglich

Welche der folgenden Emotionen ruft der Gedanke an KI in der Tourismusbranche in Ihnen hervor?

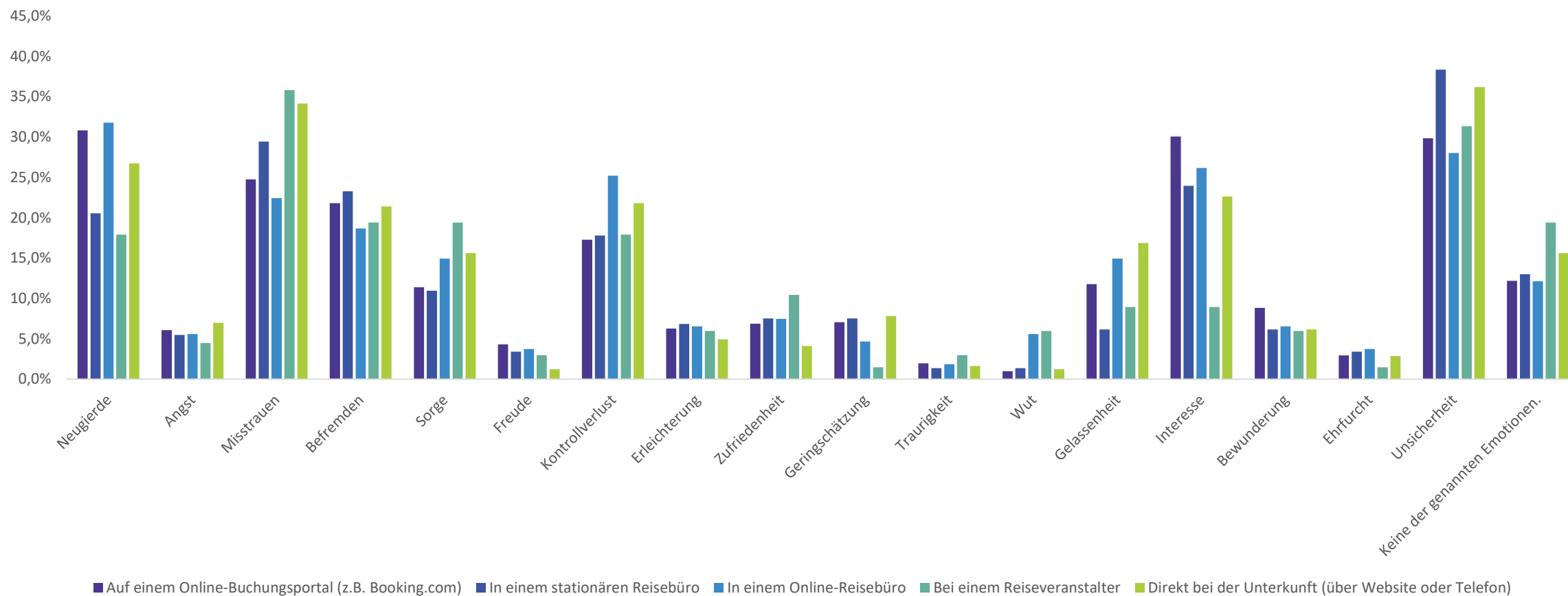


Q16: Welche der folgenden Emotionen ruft der Gedanke an KI in der Tourismusbranche in Ihnen hervor?

Basis: alle Befragten (n=1090), Mehrfachantworten möglich

Emotionen zu KI nach Buchungstypen

Welche der folgenden Emotionen ruft der Gedanke an KI in der Tourismusbranche in Ihnen hervor?



Q16: Welche der folgenden Emotionen ruft der Gedanke an KI in der Tourismusbranche in Ihnen hervor?

Basis: alle Befragten (n=1090), Mehrfachantworten möglich



CENTOURIS

PRAXISLÖSUNGEN – WISSENSCHAFTLICH FUNDIERT

Schloss Neuburg
Am Burgberg 8
94127 Neuburg am Inn

Postanschrift
Universität Passau
CENTOURIS
94030 Passau

Tel: 0851 509 – 2431
E-Mail: centouris@uni-passau.de
Web: www.centouris.uni-passau.de
Projektseite: www.reisezukunft.de



Dr. Stefan Mang



Luisa Grameier



Jana Hofäcker



Dr. Janine Maier



Emily Meyer



Xhyla Musliu

PROJEKTTEAM

Kontakt

Luisa Grameier
Luisa.grameier@uni-passau.de
Tel: +49 (0) 851 509 4435

Dr. Janine Maier
janine.maier@uni-passau.de
Tel: +49 (0)851 509 2727