

RTG baut Zukunftsplattform für den Reisevertrieb

Mit Smart Data, KI und dem neuen Future Lab vernetzt die Gruppe Vertrieb, Marketing und Kundenkommunikation zu einem intelligenten Ökosystem

Burghausen, 01. September 2026. Die Raiffeisen Touristik Group (RTG) treibt die Digitalisierung des Reisevertriebs mit einer umfassenden KI- und Smart-Data-Strategie voran. Ziel ist nicht die Einführung einzelner Technologien, sondern der Aufbau eines intelligent vernetzten Ökosystems, das Daten, Vertrieb, Marketing, Kundenkommunikation und interne Prozesse noch enger miteinander verbindet. Damit schafft die Gruppe die Grundlage für effizientere Abläufe, individuellere Kundenansprache und neue digitale Services, mit einem Fokus auf den praktischen Nutzen für Reisebüros, Mitarbeitende und Reisende.

Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, wie Künstliche Intelligenz (KI) dort eingesetzt werden kann, wo sie die beste Wirkung entfaltet: bei der Entlastung von Routinetätigkeiten, der besseren Nutzung vorhandener Informationen, der schnelleren Erstellung relevanter Inhalte und der passgenaueren Ansprache von Kunden. „KI bringt für die Touristik zahlreiche Herausforderungen mit sich, eröffnet aber gleichzeitig enorme Chancen. Unser Ziel ist es, KI sinnvoll in bestehende Prozesse zu integrieren und daraus echten Mehrwert für unsere Reisebüros, Mitarbeitenden und Kunden zu schaffen. Technologie darf kein Selbstzweck sein. Sie muss den Menschen die Arbeit erleichtern und die Qualität von Beratung und Service verbessern“, erklärt Lars Helmreich, Geschäftsführer Reiseland und rtk.

Future Lab als Innovationsmotor

Ein zentraler Baustein der Strategie ist das neu geschaffene Future Lab <https://www.aifuturelab.de/>. Das Reallabor der RTG bietet einen praxisnahen Rahmen, um neue digitale Services, moderne Vertriebsansätze und KI-gestützte Lösungen unter realen Marktbedingungen zu entwickeln, zu testen und weiterzuentwickeln.

Unter der fachlichen Leitung von Rainer Gnyp versteht sich das Future Lab als ein geschützter Entwicklungsraum, in dem neue Technologien frühzeitig erprobt und auf ihren Nutzen für Reisebüros und Kunden überprüft werden. Zu den Themenfeldern gehören unter anderem KI-gestützte Webseitenansätze, automatisierte Prozesse, personalisierte Angebote, adaptive Content-Formate sowie digitale Services rund um Inspiration, Beratung und Buchung.

Gleichzeitig werden Lösungen entwickelt, die Mitarbeitende am Counter unmittelbar unterstützen und die Erstellung individueller Reiseangebote erleichtern. „Wir wollen technologischen Fortschritt nicht abstrakt diskutieren, sondern konsequent an konkreten Mehrwerten ausrichten. Entscheidend ist, dass neue Lösungen den Reisebüros im Alltag helfen, Prozesse vereinfachen und Freiräume für das schaffen, was den Unterschied macht: die persönliche Beratung“, sagt Rainer Gnyp, Bereichsleiter meinReisebüro24. Neue Anwendungen können im Future Lab zunächst kontrolliert getestet, auf ihre Wirkung überprüft und anschließend deutlich schneller in die Breite gebracht werden. Damit verkürzt die RTG den Weg von der Idee bis zur praktischen Anwendung erheblich.

Smart Data macht Marktchancen schneller sichtbar

Parallel dazu arbeitet die Gruppe am Aufbau einer zentralen Smart-Data- und KI-Architektur. Ziel ist es, vorhandene Daten aus unterschiedlichen Bereichen auf rechtssicherer Grundlage intelligenter nutzbar zu machen und daraus konkrete Impulse für Marketing, Vertrieb, Kundenkommunikation und Unternehmenssteuerung abzuleiten.

Besonderes Augenmerk legt die RTG dabei auf Datenschutz, Compliance und den verantwortungsvollen Umgang mit Daten. Durch die intelligente Analyse anonymisierter Markt- und Nachfragemuster sollen Trends künftig früher erkannt und schneller in Beratung, Vertrieb und Kundenansprache einfließen.

Reisebüros erhalten dadurch zusätzliche Unterstützung, um Kunden mit relevanten Reiseideen, gefragten Produkten und aktuellen Marktpulsen noch zielgerichteter anzusprechen. Langfristig verfolgt die RTG das Ziel, die Customer Journey über alle Kontaktpunkte hinweg individueller zu gestalten und neue Maßstäbe bei der personalisierten Inspiration und Information von Reisenden zu setzen.

KI-Kompetenz als Erfolgsfaktor

Neben der technologischen Infrastruktur investiert die RTG gezielt in den Aufbau von Wissen und Kompetenzen. Neue Kompetenzzentren für KI und Performance-Marketing schaffen die organisatorischen Voraussetzungen, um Innovationen nachhaltig im Unternehmen zu verankern.

Ergänzt wird dies durch Qualifizierungsprogramme für Mitarbeitende, Reisebüropartner und Franchisenehmer. Die speziell auf die Touristik zugeschnittenen Schulungsangebote vermitteln praxisnah, wie KI sinnvoll und verantwortungsvoll eingesetzt werden kann.

Darüber hinaus fördert die RTG den internen Wissensaustausch mit neuen Formaten wie KI-Cafés, in denen Erfahrungen, Anwendungsfälle und aktuelle Entwicklungen gemeinsam diskutiert werden.

Für Thomas Bösl, Geschäftsführer der rtk und Sprecher der QTA, ist genau dieser Kulturwandel entscheidend: „Technologie allein schafft noch keinen Fortschritt. Entscheidend ist, dass Menschen die Möglichkeiten verstehen, Vertrauen aufbauen und neue Werkzeuge sinnvoll einsetzen können. Deshalb investieren wir nicht nur in Systeme, sondern vor allem in Wissen, Qualifizierung und den gemeinsamen Erfahrungsaustausch. So entsteht nachhaltiger Mehrwert für die gesamte Unternehmensgruppe und für unsere Reisebüropartner.“

TONI zeigt den Weg vom Konzept in die Praxis

Wie KI bereits heute konkrete Mehrwerte schafft, zeigt der digitale Assistent TONI. Das System hat sich innerhalb der RTG als erfolgreicher Baustein der Digitalisierungsstrategie etabliert und wird kontinuierlich weiterentwickelt. TONI unterstützt Reisebüros u. a. mit automatisierten Concierge-Mails, intelligenten Reaktivierungskampagnen für Bestandskunden sowie personalisierten Kommunikationsprozessen entlang der gesamten Customer Journey. Dadurch bleiben Reisebüros näher an ihren Kunden, steigern die Relevanz ihrer Kommunikation und nutzen zusätzliche Servicepotenziale.

Darüber hinaus kommt TONI inzwischen auch als Voicebot im B2B-Bereich zum Einsatz. Außerhalb der Geschäftszeiten beantwortet das System erste Anfragen von Reisebüropartnern, dokumentiert Gespräche automatisch und erstellt Transkriptionen für die weitere Bearbeitung. Die Erreichbarkeit steigt, Reaktionszeiten werden verkürzt und gleichzeitig werden interne Ressourcen entlastet.

rtk testet KI-Assistentin für den Reisevertrieb

Jüngst hat die RTG außerdem damit begonnen, gemeinsam mit Holologix.ai die Voice-KI „Mia“ zu erproben. Sie soll Service- und Buchungsanfragen der Reisebüros an Veranstalter automatisiert beantworten und Reisebüros insbesondere in Krisensituationen unterstützen. Ziel des Pilotprojekts ist es, das steigende Serviceaufkommen bei Veranstaltern zu bewältigen und gleichzeitig die Erreichbarkeit für Reisebüros zu verbessern. Die auf agentischer Künstlicher Intelligenz basierende Lösung wird derzeit als B2B-Anwendung getestet.

Zum Konzept gehört zudem ein spezieller KI-Krisenmanager-Agent, der Reise- und Sicherheitshinweise auswertet und Reisebüros bei Naturkatastrophen, politischen Krisen oder Flugstörungen mit aktuellen Informationen versorgen soll.

Mit dem Pilotprojekt wollen die RTG und die beteiligten Veranstalter ausloten, in welchem Umfang sich Serviceprozesse im B2B-Reisevertrieb automatisieren lassen, die bislang über klassische Service- und Callcenter abgewickelt werden.

KI für Marketing, Content und Kundengewinnung

Auch im digitalen Marketing setzt die RTG auf den intelligenten Einsatz neuer Technologien. Gemeinsam mit ViralSpoon werden Social-Media-Inhalte für Reisebüros KI-gestützt vorbereitet und individualisiert ausgespielt.

Bereits mehr als 200 Reisebüros profitieren von diesem Ansatz. Inhalte können zentral bereitgestellt werden, während die einzelnen Agenturen gleichzeitig ihre individuelle Sichtbarkeit behalten und sich bewusst vom klassischen Duplicate Content abheben.

Parallel entwickelt die Unternehmensgruppe neue KI-gestützte Content-Systeme für Webseiten und digitale Marketingkanäle. Personalisierte Texte, individuell angepasste Bild- und Videoinhalte sowie zielgruppenspezifische Reiseangebote sollen künftig schneller erstellt und noch stärker an Nachfrage, Reiseanlässen und Vertriebsimpulsen ausgerichtet werden. „Wir denken KI nicht in einzelnen Anwendungen, sondern entlang der gesamten Customer Journey – von der ersten Inspiration über die Beratung bis hin zur langfristigen Kundenbindung. Die Zukunft des Reisevertriebs entsteht nicht durch ein einzelnes Tool, sondern durch das intelligente Zusammenspiel von Menschen, Daten und Künstlicher Intelligenz“, betont Gnyp.

Über die RT/Raiffeisen Touristik Group GmbH (RTG)

Die RT/Raiffeisen Touristik Group GmbH (RTG) ist eine der führenden europäischen touristischen Vertriebsorganisationen mit zahlreichen Beteiligungen. Die Unternehmensgruppe mit Sitz in Altötting ist sowohl im Vertrieb als auch in der Organisation von Reisen und Urlaub tätig. Als Dachgesellschaft vereint die RTG mehrere renommierte Marken und Reiseunternehmen, um durch strategische Kooperationen und gebündelte Einkaufsvolumen entscheidende Vorteile für ihre Kunden und Partner zu schaffen.

Redaktionskontakt:

Dr. Thomas Daubenbüchel
c/o DZ-CON
Tel.: +49 (0)170 63 23 891
thomas.daubenbuechel@dz-con.de