

Kurzfassung

Verfasserin Elisabeth Essl	Betreuer Janosch Untersteiner, BA MA
Titel	
Die Auswirkung einer KI-gestützten VR-Technologie auf die Customer Journey in Destinationen	

Keywords: Technologieakzeptanz, Künstliche Intelligenz (KI), Virtuelle Realität (VR), Customer Journey, Tourismus

Kurzfassung

Die Kombination der Technologien der virtuellen Realität (VR) und künstlichen Intelligenz (KI) sind bisher nur in einem geringen Ausmaß umgesetzt worden, obwohl sie innovative Lösungen entlang der Customer Journey (CJ) begünstigen. Diese Masterarbeit untersucht die Auswirkungen einer KI-gestützten VR-Technologie im Destinationsmanagement und wie Nutzer:innen diese erleben und bewerten. Dabei liegt der Fokus auf der Wahrnehmung, Akzeptanz und dem Verhalten der Reisenden. Zusätzlich gibt diese Arbeit einen Einblick, wie die Kombination von VR und KI die CJ in touristischen Destinationen unterstützen kann. Als theoretische Basis der Forschung werden das Technologieakzeptanzmodell (TAM) und die Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) herangezogen. Diese befassen sich mit den Einflussfaktoren welche die Akzeptanz von Nutzer:innen prägen.

Die empirische Studie bedient sich eines qualitativen Forschungsansatzes. Im Zuge von Expert:inneninterviews werden Personen aus den Kompetenzbereichen Tourismus, Technologie, Marketing und der Wissenschaft befragt. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass immersive Technologien die CJ in Destinationen unterstützen können. Im Hinblick auf den Einsatz von KI bei den drei Phasen der CJ gelten die Pre-Service Phase und Intra-Service Phase als besonders relevant. Vor der Reise können interaktive Lösungen die emotionale Bindung an die Destination stärken, während der Reise kann das Erlebnis vor allem um interaktive Anwendungen erweitert werden. Die Phase nach der Reise wird hingegen nur bedingt relevant eingestuft. Zudem zeigen sich auch Herausforderungen wie beispielsweise der Datenschutz, die kulturelle Sensitivität und die Akzeptanz automatisierter Systeme. Zusammenfassend fördert eine emotional ansprechende und interaktive KI-basierte VR-Erfahrungen das Interesse der Reisenden, da sie eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Reiseziel begünstigt. Insgesamt führt der Einsatz einer kombinierten Technologie zu positiven Effekten, besonderes in den Bereichen der Kund:innenzufriedenheit und Gästebindung. Zudem werden im Rahmen dieser Arbeit praxisnahe Handlungsempfehlungen und konkrete Use-Cases für das Destinationsmanagement abgeleitet. Diese haben die strategische Einbettung der kombinierten Technologie sowie die Optimierung der digitalen touristischen CJ zum Ziel.

Eingereicht am: 16.05.2025

Abstract

Author: Elisabeth Essl	Supervisor: Janosch Untersteiner, BA MA
Title: The impact of AI-supported VR technology on the customer journey in destinations	

Abstract:

The combination of virtual reality (VR) and artificial intelligence (AI) technologies has so far only been implemented to a limited extent, although it favors innovative solutions along the customer journey (CJ). This master's thesis examines the impact of AI-supported VR technology in destination management and how users experience and evaluate it. The focus is primarily on the perception, acceptance, and behavior of travelers. In addition, this work provides an insight into how the combination can support the CJ in tourist destinations. The theoretical basis of the research is the Technology Acceptance Model (TAM) and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). These deal with the influencing factors that shape user acceptance.

This empirical study is based on a qualitative research approach. During expert interviews, people from the fields of tourism, technology, marketing, and science were interviewed. The results of the study show that immersive technologies can support CJ in destinations, particularly through the support of AI. Regarding the three phases of CJ, the pre-service and intra-service phases were identified as particularly relevant. Before the trip, interactive solutions can strengthen the emotional connection to the destination, and during the trip, the experience can be enhanced by interactive applications. The post-trip phase, on the other hand, is only rated as relevant to a limited extent. There are also challenges such as data protection, cultural sensitivity, and the acceptance of automated systems. In summary, an emotionally appealing and interactive AI-based VR experience promotes the interest of travelers, as it requires a more interactive engagement with the destination. Overall, the use of a combined technology leads to positive effects, especially in the areas of customer satisfaction and guest loyalty. In addition, practical recommendations for action and specific use cases for destination management are derived as part of this work. These are aimed at the strategic embedding of the combined technologies and the optimization of digital tourism CJ.

submitted: 16.05.2025