

Stockholm 2024-10-30

Pressinformation

Tyska Turistbyrån lanserar innovativ AI-influencer

Tyska Turistbyrån lanserar sitt första AI-projekt och använder därmed artificiell intelligens i ytterligare en dimension för att marknadsföra Tyskland som resedestination internationellt.



© AI-genererad bild: GNTB/Flovision

Med lanseringen av "Emma", en AI-genererad influencer, skapar Tyska Turistbyrån (GNTB) en innovativ och interaktiv varumärkesambassadör som inspirerar potentiella resenärer dygnet runt i den virtuella världen till genuina reseupplevelser och personliga möten i Tyskland. Den långsiktiga visionen för Emma är att utveckla henne till en central och outhärlig del av GNTB:s digitala kommunikationsstrategi.

- Genom lanseringen av Emma som AI-influencer tar vi ytterligare ett steg i vår digitala strategi, där AI-tillämpningar spelar en viktig roll som komplement och tekniskt stöd för vår varumärkeskommunikation, säger Petra Hedorfer, GNTB:s styrelseordförande. Emma kan redan i inspirationsfasen av kundresan fungera

Stockholm 2024-10-30

som en innovativ brygga mellan potentiella resenärer och verkliga, oförglömliga upplevelser i Tyskland. Hon kommer att verka parallellt med våra redan framgångsrikt etablerade strukturer för influencer-marknadsföring. Genom samarbete med 'klassiska' influencers genererade vi förra året 148 miljoner visningar på deras sociala mediekanaler. Tyska Turistbyråns AI-strategi bygger på teknisk innovation, men den ersätter inte de personliga upplevelserna och mötena i reselandet Tyskland, utan optimerar resenärens kundresa på ett serviceorienterat sätt.

AI-influencer-projektet har utvecklats av GNTB i samarbete med agenturen Startup Creator och bygger på den modernaste tekniken.

Personan

Emma är en modern, världsvan kvinna från Berlin som är hemma i den digitala världen. Hon är i 35-årsåldern, teknik- och reseintresserad och kombinerar sin kärlek till ny teknik med sin passion för att resa i Tyskland. På sitt Instagram-konto *@EmmaTravelsGermany* inspirerar Emma sina följare att upptäcka Tyskland, följer dem på vägen och delar sina erfarenheter på ett underhållande och informativt sätt. På längre sikt kommer Emma inte bara att tillhandahålla information utan också fungera som en personlig reseguide och skapa skraddarsydda resvägar baserade på användarnas individuella intressen.

Den tekniska bakgrunden

Emma är en helt AI-genererad "digital människa". Tack vare avancerade djupinlärningsalgoritmer och stora språkmodeller (LLMs) kan hon interagera med sina följare i chattformat på över 20 språk. Vid årets slut kommer AI-assistenten även kunna få tillgång till realtidsdata från GNTBs Knowledge Graph, utöver informationen som finns på www.germany.travel.

Stockholm 2024-10-30

Den växande betydelsen av AI i GNTBs arbete

Med "Emma" öppnar GNTB ett nytt kapitel i användningen av artificiell intelligens. Redan idag har AI en stor påverkan på många delar av GNTBs arbete; i samarbetet med den internationella reseindustrin, i kundkommunikationen och i marknadsföringen.

Globalt använder allt fler online-resebyråer AI för att analysera och optimalt marknadsföra turistutbudet. GNTB stöder denna utveckling genom sitt Open Data-projekt, där GNTBs Knowledge Graph redan innehåller över en halv miljon maskinläsbara dataset om turistattraktioner, turer, evenemang och infrastrukturdata som är tillgängliga för nedladdning. Dessa data förbättrar synligheten för Tysklands turistutbud på internationella onlineplattformar.

När det gäller att nå konsumenter hjälper den artificiella intelligensen turistbyråen att förstå kunderna bättre och skapa skräddarsydda erbjudanden. Sedan 2020 har en AI-driven chattbot svarat på kundfrågor på GNTBs webbplats dygnet runt, och även inom immersiva teknologier som VR, AR och smarta högtalare har GNTB länge använt AI för att inspirera slutanvändare.

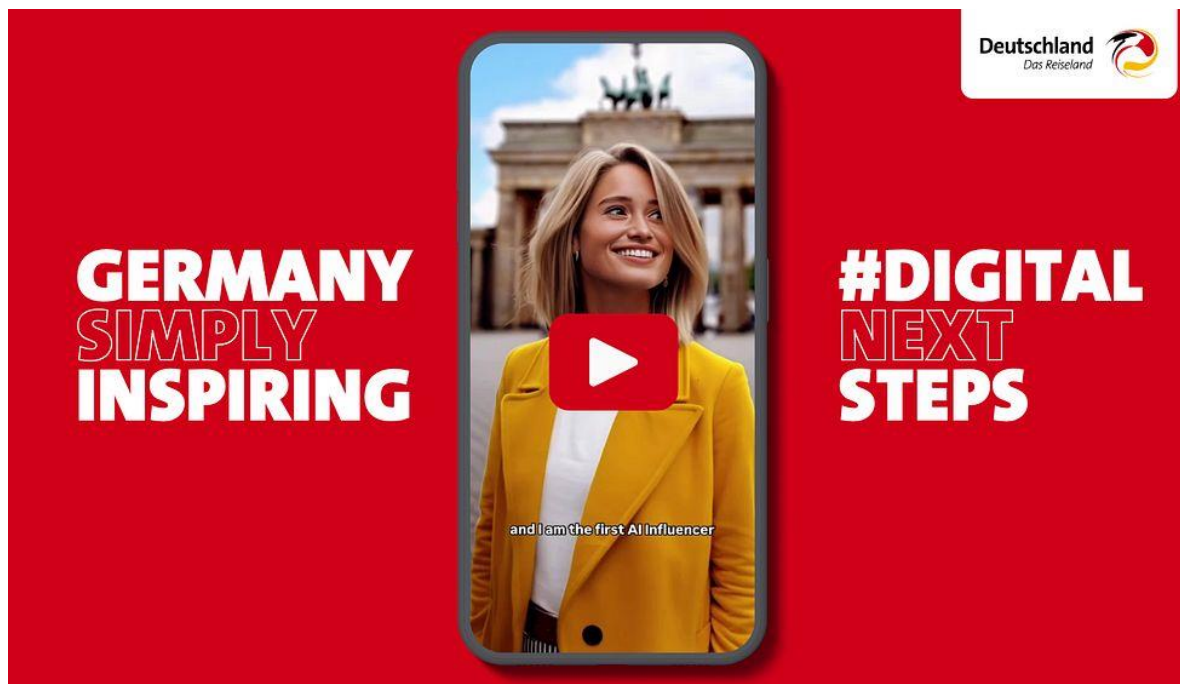
AI-tillämpningar är idag en integrerad del av Tyska Turistbyråns vardag, särskilt inom marknadsföring där det finns en mängd användningsmöjligheter. GNTB använder AI i utveckling och genomförande av digitala marknadsföringsverktyg, exempelvis för att skapa material som bilder och videor, för textgenerering, översättningar och grafisk design. Med tydlig kommunikation säkerställer GNTB ett ansvarsfullt förhållningssätt till de möjligheter som AI-tillämpningar innebär.

Träffa Emma här:

<https://youtube.com/shorts/x0EMXhk60CM>

Instagram *@EmmaTravelsGermany*

Stockholm 2024-10-30



Om Tyska Turistbyrån:

Tysklands turistbyrå (GNTB) är Tysklands nationella turistorganisation. Den arbetar på uppdrag av det federala ministeriet för ekonomi och klimatåtgärder för att representera Tyskland som turistland och finansieras av ministeriet i enlighet med ett beslut som fattats av den tyska förbundsdagen. I nära samarbete med den tyska resebranschen och partner och branschorganisationer inom den privata sektorn utvecklar GNTB strategier och marknadsföringskampanjer för att främja Tysklands positiva image utomlands som turistmål och uppmuntra turister att besöka landet.

GNTB har en tredelad återhämtningsstrategi för att övervinna utmaningarna i samband med nystarten efter COVID-19-pandemin:

- * Öka medvetenheten om varumärket Destination Tyskland och förbättra varumärkesprofilen med fokus på hållbarhet och begränsning av klimatförändringar.
- * Stödja resebranschen, som domineras av små och medelstora företag, genom relationshantering och kunskapsutbyte.
- * Utveckling av evidensbaserade handlingsplaner på grundval av riktade marknadsundersökningar och fortlöpande analyser av förändrad efterfrågan från kunderna.

Stockholm 2024-10-30

Fokus på hållbarhet och digitalisering

GNTB främjar hållbar och framtidsinriktad turism i linje med den tyska regeringens mål. Fokus ligger här på hållbarhet och digitalisering.

Hållbarhet har varit ett centralt ämne i mer än ett decennium och vi engagerar oss i det som en strategisk fråga inom alla delar av organisationen. Vår organisation följer en strategi med tre pelare som kombinerar kunskapsdelning med externa partner och en stödjande kommunikationsstrategi med vårt interna hållbarhetsinitiativ. GNTB främjar ansvarsfull turism, ett viktigt tillväxtområde, genom att visa upp Tyskland som ett hållbart och inkluderande resmål på den internationella resemarknaden. Detta är särskilt viktigt eftersom pandemin har påskyndat den globala förändringen av resenärernas värderingar mot ett större socialt och miljömässigt ansvarstagande.

GNTB är en pionjär när det gäller att använda uppslukande teknik (virtuell, förstärkt och blandad verklighet), röstassistenter och andra samtalsgränssnitt samt tillämpningar med artificiell intelligens, t.ex. chatbots. För att se till att turistutbudet är synligt på AI-baserade marknadsföringsplattformar samordnar GNTB den tyska turistindustrins projekt för öppna data, som syftar till att utveckla en kunskapsgraf för turism.

GNTB har 25 utländska byråer som den förvaltar från sitt huvudkontor i Frankfurt.