**Künstliche Intelligenz: Das Ende der Menschheit oder Heilsbringer für die Geschäftsreise?**

*Egencia-Studie enthüllt: 43 Prozent erhoffen sich positive Auswirkungen*

**München, 19. September 2017** – **Geschäftsreisende weltweit versprechen sich von neuen technologischen Entwicklungen einen positiven Einfluss auf ihr Reiseerlebnis. Laut der vierten Auflage der „Business Travel und Technology“-Studie von Egencia®, dem Geschäftsreisespezialisten der Expedia-Gruppe, sind 43 Prozent der weltweit Befragten überzeugt, dass Fortschritte bei der Anwendung von künstlicher Intelligenz (KI) ihnen Vorteile bringen werden.**

Die Amerikaner sind weltweit am optimistischsten, was die neuen Technologien angeht. Mehr als die Hälfte (55 Prozent) der Geschäftsreisenden in den USA glauben, dass Weiterentwicklungen bei der KI ihr Reiseerlebnis verbessern können. Andere Länder hingegen vertrauen weitaus weniger auf den positiven Nutzen. Schweden und Norwegen sind mit 37 Prozent am wenigsten davon überzeugt, dass KI-Weiterentwicklungen sich positiv auf ihre Reiseerfahrungen auswirken werden. Es folgen Großbritannien und Deutschland mit 41 Prozent, Australien mit 42 Prozent, Kanada und Frankreich mit 44 Prozent und 47 Prozent in Singapur.

„Ähnlich wie in anderen tech-orientierten Branchen werden Investitionen in neue Technologien wie KI und VR, die das Reiseerlebnis vereinfachen und verbessern, Geschäftsreisende für sich gewinnen und die Reiseindustrie insgesamt entscheidend verändern", sagt Michael Gulmann, Chief Product Officer bei Egencia. „Wir können uns aber nicht allein auf die Technik verlassen. Wie unsere Forschung beweist, ist es für Reiseunternehmen ein Balanceakt, wenn sie neben der mobilen Erreichbarkeit auch auf Technologie setzen, damit Reisende jederzeit und überall eine lebende Person erreichen können.“

**Künstliche Intelligenz – Das Ende der Welt?**

Auch wenn viele Geschäftsreisende den positiven Nutzen der KI sehen, gibt es Grenzen. So glauben gut zwei Drittel (63 Prozent) nicht, dass die neuen Technologien das Ende der Welt, wie wir sie kennen, bedeuten könnte. Dabei haben die Norweger am meisten Vertrauen in KI und virtuelle Realität (VR). Auf die Frage, ob sie glauben, dass KI und VR die Menschheit beenden könnten, sagen 72 Prozent der Geschäftsreisenden in Norwegen nein – im Vergleich zu 70 Prozent in Schweden, 67 Prozent in Großbritannien, 64 Prozent in Kanada und Deutschland, 62 Prozent in den USA und 61 Prozent in Frankreich. Am skeptischsten gegenüber KI und VR eingestellt sind Geschäftsreisende in Australien und Singapur. Hier befürchten 40 Prozent, dass diese neuen Technologien das Ende der Menschheit bedeuten könnten.

Interessanterweise sind Geschäftsreisende in Europa, dem Mittleren Osten, Afrika sowie in den Asia Pacific Regionen im Vergleich zu ihren amerikanischen Kollegen zwar pessimistischer, was den positiven Nutzen neuer Technologien für Geschäftsreisen anbelangt, aber sie fordern immer noch mehr mobilen Zugang über mehrere Endgeräte hinweg. Tatsächlich wollen 68 Prozent der Geschäftsreisenden in Singapur und Schweden ihre Reisen über Geräte hinweg effizienter abwickeln. Verglichen mit 65 Prozent in Kanada und Norwegen, 64 Prozent in Frankreich und Großbritannien und 62 Prozent in Deutschland. Die USA sind das technisch anspruchsvollste Land: 76 Prozent dort wünschen sich eine stärkere geräteübergreifende Integration.

Für mehr Informationen zur 4. Auflage der Egencia „Business Travel und Technology“-Studie kontaktieren Sie uns gerne oder besuchen Sie den Online Presseraum: <https://www.egencia.com/public/de/category/pressemitteilungen/>

**Über die Studie**

Die Studie wurde im Auftrag von Egencia von Northstar, einem weltweit vernetzten Consulting-Unternehmen, durchgeführt. Für die Studie wurden 4.521 Geschäftsreisende ab 18 Jahren in Australien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Norwegen, Singapur, Schweden, Großbritannien und den USA befragt (mit n = 500 Umfragen pro Land). Diese haben die Umfrage im April und Mai 2017 online beantwortet.

**Über Egencia**

Egencia macht Geschäftsreisen durch innovative Technologien einfacher. Im Mittelpunkt stehen dabei die Geschäftsreisenden und ihre Anforderungen – Egencia gibt ihnen intuitive Lösungen an die Hand, die ihre Reisen einfacher und effektiver machen. Das breite Portfolio umfasst Reiseanbieter aus den Bereichen Flug, Hotel, Mietwagen und Bahn. Mit dem technologischen Knowhow und dem Feedback von Millionen von Nutzern der Muttergesellschaft, der Expedia-Gruppe, bietet Egencia Geschäftsreisenden das, was sie benötigen: Informationen, Technologie, Service und Reporting gebündelt in einem Travel-Management-System.

Egencia ist weltweit in mehr als 65 Ländern mit fachkundigem Service vertreten. Mehr Informationen auf [www.egencia.de](http://www.egencia.de), auf LinkedIn [linkedin.com/company/Egencia](https://www.linkedin.com/company/egencia) oder via Twitter [@EgenciaDE](http://twitter.com/egenciade).

© 2017 Egencia, LLC. Alle Rechte vorbehalten. Der Name und das Logo Egencia sind als Marke registriert oder ein Trademark der Expedia Gruppe in den USA und/oder anderen Märkten. Andere Logos, Produkte oder Firmennamen, welche hier erwähnt werden, können den jeweiligen Inhabern gehören. CST # 2083922-50.

**Medienkontakt**

Annie McElroy-Arnaud, Communications Manager Carolin Campe

Egencia Europe noble kommunikation

E-Mail: [a.mcelroyarnaud@egencia.com](mailto:a.mcelroyarnaud@egencia.com) E-Mail: ccampe@noblekom.de

Büro: +33 1 73 01 02 21 Büro: +49 6102 36660