

„Wir müssen veränderungsfähig bleiben – in der Gesellschaft und in der Wirtschaft“: VIR-Vorstand Michael Buller analysiert die Auswirkungen der KI auf alle Lebensbereiche

München, 10. November 2025 – Arbeit, Bildung, Wirtschaft und Gesellschaft – es gibt keinen Lebensbereich, in dem die KI derzeit nicht Einzug hält. Mit einer Dynamik, die in der bisherigen digitalen Entwicklung ihresgleichen sucht. Michael Buller, Vorstand des [Verband Internet Reisevertrieb e.V. \(VIR\)](http://www.v-i-r.de), hat in einer umfassenden Analyse die Chancen und Möglichkeiten der KI-Nutzung für die Menschen, aber auch Unternehmen erörtert. Und dabei auch die Glaubwürdigkeit von durch KI generierten Inhalten und das zunehmende Problem der Sichtbarkeit nicht außer Acht gelassen. Sein Fazit: „Veränderungskompetenz wird zur wichtigsten Zukunftskompetenz – denn KI ist kein Projekt, das irgendwann abgeschlossen ist.“

„Wir befinden uns in einem Hochgeschwindigkeitsrennen“

Der Digital-Experte beschäftigt sich seit vielen Jahren intensiv mit KI und stellt fest: „Wir befinden uns mitten in einem Hochgeschwindigkeitsrennen – und müssen gleichzeitig noch herausfinden, wie das Fahrzeug überhaupt funktioniert.“ Man stehe an einem Wendepunkt, vergleichbar mit den frühen Tagen des Internets. Nur vollziehe sich der Wandel dieses Mal nicht in Jahrzehnten, sondern in Monaten.

KI als persönlicher digitaler Begleiter

Michael Bullers Prognose: KI Anbieter werden sich zu einem persönlichen digitalen Assistenten entwickeln, einem ständigen Begleiter, der das Leben der Menschen organisiert, optimiert und individuell anpasst. Auch die Arbeitswelt und das Bildungssystem werden sich tiefgreifend verändern. „Wir müssen lernen, nicht Wissen, sondern ständige Lernfähigkeit und kritisches, aber auch analytisches Denken zu fördern. Je stärker KI in unser Leben integriert wird, desto wichtiger wird auch die Frage sein, wo der Mensch die Grenze zieht und welche Entscheidungen wir bewusst nicht automatisieren wollen“, so der Vorstand des Digital-Verbands. Es gelte Werte wie Intelligenz, Kreativität und Empathie zu bewahren und mit Technologie zu verbinden – dann, so Michael Buller, könne KI zum größten Werkzeug für Fortschritt in der Menschheit werden.

Täuschend echte Inhalte: Was können wir noch glauben?

Da die KI heute bereits täuschend echte Inhalte erzeugt – in Form von Bildern, Stimmen, Szenen oder Filmen –, stelle sich zudem die Frage: Was können wir noch glauben? Die Antwort des Experten: „Wir brauchen dringend neue Formen von digitaler Medienkompetenz, Transparenz und Regulierung.“ Es gelte sorgfältig die Quellen zu prüfen, hinter Inhalten Absichten und Emotionen zu erkennen und den Mensch-

Maschine-Unterschied bewusst zu hinterfragen. Michael Buller: „Wir müssen lernen, kritischer zu prüfen, bewusster zu kommunizieren und dafür zu sorgen, dass der Mensch – mit seinem Urteil und seiner Verantwortung – im Zentrum bleibt.“

KI als unternehmerische Kernkompetenz

Mit Blick auf die Wirtschaft erkennt er einen großen Unterschied zur Einführung des Internets: „Damals herrschte Skepsis – heute ist klar, dass KI einen großen Nutzen bietet“, stellt Michael Buller fest. Unternehmen würden in nahezu allen Bereichen experimentieren – von Prozessautomatisierung bis zum Kundenservice. Er plädiert jedoch für klare Spielregeln beim Datenschutz, den rechtlichen Rahmenbedingungen, bei internen Richtlinien und bei der Schaffung ethischer Leitplanken.

Tempo entscheidet über Wettbewerbsfähigkeit

Es zähle zudem das Tempo: „Die Einführung von KI ist kein Zukunftsthema mehr, sondern eine unternehmerische Kernkompetenz, die jetzt aufgebaut werden muss und nicht in 20 Jahren“, so der Appell des VIR-Vorstands. In einer Zeit, in der Fachkräfte knapp werden und Effizienz über Wettbewerbsfähigkeit entscheide, könne KI zum ausschlaggebenden Hebel werden. Führungskräfte und Teams müssten gemeinsam experimentieren, voneinander lernen und Verantwortung teilen. „Dann wird KI zu einem echten Produktivitätsmotor“, zeigt sich der Verbandschef überzeugt.

Sichtbarkeit im KI-Zeitalter: Neue Anforderungen an Unternehmen

Wie erscheinen Unternehmen jedoch im Ergebnis einer KI? Michael Buller: „Die Art, wie Unternehmen ihre Webseiten, Daten und Inhalte aufbauen, muss sich grundlegend verändern.“ Relevanz entstehe unter anderem über strukturierte Daten, aktuelle und glaubwürdige Informationen sowie die Präsenz über verschiedene digitale Kanäle hinweg. „Für Unternehmen muss es das Ziel sein, schnell Relevanz für KI-Systeme zu schaffen – technisch, inhaltlich und strukturell.“ Nur so könne man weiterhin sichtbar sein.

VIR mit neuem Kompetenzkreis KI

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) baut derzeit einen Kompetenzkreis KI auf, dem Expertinnen und Experten aus verschiedensten Bereichen der Industrie angehören. „Aufgrund der unglaublichen Dynamik bei der KI-Entwicklung ist der konstante Austausch unter Fachleuten sehr wichtig“, betont Michael Buller. „Es geht um das Verständnis dieser komplexen Materie. KI ist ein permanenter Lernprozess, und es gilt, hierzu Kompetenzzentren zu schaffen.“

Weiterführende Informationen

Die vollständige KI-Analyse von Michael Buller findet sich auf der Website des VIR:

[5 Fragen im Zeitalter von KI die wir uns stellen müssen - v-i-r.de](#)

Über den VIR:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist seit über 20 Jahren die zentrale Stimme der digitalen Touristik in Deutschland. Seine mehr als 90 Mitgliedsunternehmen zählen zu den führenden Akteuren des digitalen Reisevertriebs – darunter etablierte Online-Reiseportale, Reiseveranstalter, Technologieanbieter und innovative Start-ups. Laut den FUR-Zahlen wurde 2024 bei 74 % der Reisen ab einer Übernachtung mindestens eine Reiseleistung digital gebucht. Der VIR vertritt die Interessen der Branche gegenüber Politik, Medien und VerbraucherInnen, fördert Innovationen und Nachwuchs und sensibilisiert die Touristik für die Zukunftsthemen der Digitalisierung.

VIR-Mitglieder sind:

1-CP, A3M, ACCON-RVS, adigi, AERTICKET, Allianz Travel, Amadeus Germany, Berge & Meer, audio solutions, Bewotec, Booking.com, .BOSYS, BPCS Consulting Services, CampNerd, CFM, Chain4Travel, DERTOUR Group, EC Travel, elysium, ERGO Reiseversicherung, Europ Assistance, Evaneos, expipoint, Expedia Group, fanz, FerienDiscounter, Flyla, For You Travel, GIATA, GOVOYAGE, Hamburg Tourismus, HanseMerkur, HolidayCheck, holidayheroes, holidays2market, honeepot, HRS, Invia Group, Involatus Carrier Consulting, journaway, Juvigo, LEGOLAND Holidays, Mastercard, Midoco Group, NewTravel, Nomady, OBS OnlineBuchungsService, onlinejungle.camp, OPINSTAR, Passolution, Payone, PayPal, Peakwork, Sabre, schauinsland-reisen, solamento, Stadt und Land Reisen, Sunny Cars, taa travel agency accounting, ta.ts, team neusta, traffics, TraSo, travelbasys, Travel Data & Analytics (TDA), Travelport, TripPika, TURESPAÑA, ViralSpoon, vJourney, Voyage Privé, We Love Holidays Deutschland, weg.de, WIIF, Wirelane, worcay, Worldpay, WorldTransfer, Xamine und ZAUBAR.

Geschäftsstelle:

Verband Internet Reisevertrieb e.V., Leonhardsweg 2, D-82008 Unterhaching, Tel.: 089-453574370, E-Mail: presse@v-i-r.de oder info@v-i-r.de, Internet www.v-i-r.de

Pressemeldungen im Internet: Die aktuellen Pressemeldungen stehen im Internet unter www.v-i-r.de im Bereich "Presse" zum Download zur Verfügung. Ebenfalls ist die Aufnahme in den Presseverteiler möglich. Nutzen Sie auch unseren Service und abonnieren Sie den VIR im RSS-Feed.