

hotelimpulse

KURZFASSUNG DER STUDIE

KI-Sichtbarkeit digital vertriebsaktiver Hotels

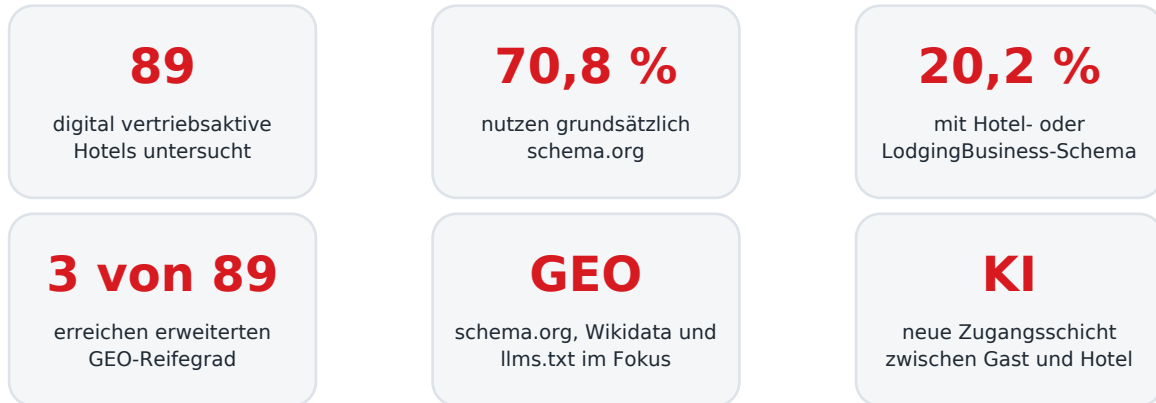
Große Lücke trotz Online-Marketing

Eine Untersuchung von 89 digital vertriebsaktiven Hotels zeigt: Viele Betriebe investieren in Websites, Newsletter, Buchungstrecken und Online-Marketing. Auf KI-basierte Such- und Antwortsysteme sind sie jedoch noch unzureichend vorbereitet.

Herausgeber: hotelimpulse.at / ki-audit.at | 2026

Management Summary

Die Studie zeigt eine zentrale Schwäche: Digitale Vertriebsaktivität bedeutet nicht automatisch KI-Sichtbarkeit. Viele Hotels sind für klassische Online-Kommunikation gut aufgestellt, schaffen aber keine klare maschinenlesbare Hotel-Entität.



Ausgangslage

Eine Untersuchung von 89 digital vertriebsaktiven Hotels zeigt: Viele Betriebe investieren bereits in Websites, Newsletter, Buchungstrecken und Online-Marketing. Auf KI-basierte Such- und Antwortsysteme sind sie jedoch noch unzureichend vorbereitet.

Im Fokus der Studie standen drei zentrale GEO-Signale: schema.org, Wikidata und Iims.txt.

Zentrale Ergebnisse

Das Ergebnis ist deutlich: 70,8 % der untersuchten Hotels verfügen zwar grundsätzlich über strukturierte Daten nach schema.org. Ein hotelspezifisches Schema, also „Hotel“ oder „LodgingBusiness“, wurde jedoch nur bei 20,2 % gefunden.

Damit beschreibt sich nur etwa jedes fünfte digital aktive Hotel maschinenlesbar eindeutig als Hotelbetrieb. Noch schwächer sind externe und KI-orientierte Signale.

Hauptbefund

Digitale Vertriebsaktivität bedeutet nicht automatisch KI-Sichtbarkeit.

Viele Hotels sind für klassische Online-Kommunikation gut aufgestellt, schaffen aber keine klare maschinenlesbare Hotel-Entität. Generische Schemata wie WebPage, WebSite oder Organization sind zwar nicht falsch, bleiben aus GEO-Sicht aber unpräzise. Sie beschreiben eine Website oder Organisation, aber nicht ausreichend den konkreten Hotelbetrieb.

Kuriose Auffälligkeit aus der Analyse

Eine besonders auffällige Fehlkonfiguration unterstreicht das Problem: In einem Fall wurde ein Hotel maschinenlesbar sinngemäß als Einzelhandelsbetrieb geführt - inklusive Öffnungszeitenlogik, nach der der Betrieb am Wochenende geschlossen ist.

Für ein Hotel ist das besonders problematisch. KI-Systeme könnten daraus falsche oder widersprüchliche Informationen ableiten, etwa zur Betriebsart oder Verfügbarkeit.

Warum das für Hotels relevant ist

KI-Systeme wie ChatGPT, Perplexity, Gemini oder Google AI Overviews werden zunehmend zu einer neuen Zugangsschicht zwischen Gast und Hotel. Gäste suchen nicht mehr nur über klassische Suchmaschinen, sondern stellen konkrete Fragen an KI-Systeme.

Wer dort nicht korrekt erkannt, eingeordnet oder empfohlen wird, verliert Sichtbarkeit bereits vor dem klassischen Website-Besuch.

Besonders kritisch: Nur 3 von 89 untersuchten Hotels erreichen einen erweiterten GEO-Reifegrad. Das bedeutet, dass nur ein sehr kleiner Teil ein hotelspezifisches Schema mit zusätzlichen Signalen wie Wikidata oder gültiger llms.txt kombiniert. Eine echte GEO-Architektur ist derzeit kaum erkennbar.

Möglicher Hebel: Grounding Pages

Ein wichtiger Ansatz sind sogenannte Grounding Pages. Das sind sachlich aufgebaute Informationsseiten, die ein Hotel eindeutig, faktenbasiert und maschinenlesbar beschreiben.

Solche Seiten können auf der eigenen Hotel-Website liegen, aber auch extern - etwa auf Fachportalen, Branchenverzeichnissen oder spezialisierten GEO-Plattformen.

Entscheidend ist nicht der Speicherort, sondern die Qualität der Informationen: Name, Standort, Leistungen, Zielgruppen, Kontaktdaten, externe Verweise und strukturierte Daten sollten klar, konsistent und aktuell dargestellt werden.

Schlussfolgerung

Die Mehrheit der untersuchten, bereits digital vertriebsaktiven Hotels ist aus GEO-Sicht noch nicht ausreichend vorbereitet. Für eine Branche, die stark von digitaler Auffindbarkeit, Direktbuchungen und Plattformunabhängigkeit lebt, ist das ein deutliches Warnsignal.

Gleichzeitig ist der Rückstand aufholbar - und viele Maßnahmen können auch kurzfristig wirksam werden. Hotels sollten rasch korrektes Hotel- oder LodgingBusiness-Schema implementieren, Entitätsdaten vereinheitlichen, Wikidata prüfen, llms.txt aktivieren und eine Grounding Page erstellen.

Die zentrale Botschaft lautet: Hotels, die jetzt ihre maschinenlesbare Hotel-Entität stärken, können sich frühzeitig und bereits kurzfristig einen Vorteil in der nächsten Generation der digitalen Sichtbarkeit sichern.

Empfohlene Sofortmaßnahmen für Hotels

1. Hotel-Schema prüfen	Die Website sollte den Betrieb maschinenlesbar eindeutig als Hotel oder LodgingBusiness ausweisen.
2. Entitätsdaten vereinheitlichen	Name, Adresse, Website, Kontaktdaten, Social-Profile und externe Verweise sollten konsistent sein.
3. Fehlkonfigurationen beseitigen	Unpassende Branchentypen, falsche Öffnungszeitenlogiken oder widersprüchliche Signale sollten korrigiert werden.
4. Wikidata-Potenzial prüfen	Geeignete Hotels können ihre externe Entitätsbasis über Wikidata und weitere vertrauenswürdige Quellen stärken.
5. Grounding Page aufbauen	Eine sachliche, KI-lesbare Hotelbeschreibung bündelt die wichtigsten Informationen für Suchmaschinen und KI-Systeme.
6. llms.txt aktivieren	Eine gültige llms.txt kann KI-Systemen Hinweise geben, welche Inhalte einer Website besonders relevant sind.

Quellenverzeichnis

Aggarwal, P.; Murahari, V.; Rajpurohit, T.; Kalyan, A.; Narasimhan, K.; Deshpande, A. (2023): GEO: Generative Engine Optimization. arXiv. Grundlagenarbeit zur Optimierung von Sichtbarkeit in generativen Such- und Antwortsystemen.

Google Search Central: Introduction to structured data markup in Google Search. Google beschreibt strukturierte Daten als standardisiertes Format, mit dem Website-Betreiber explizite Hinweise zur Bedeutung einer Seite geben können.

Google Search Help: Find information in faster & easier ways with AI Overviews in Google Search. Google beschreibt AI Overviews als KI-generierte Momentaufnahme mit zentralen Informationen und weiterführenden Links.

Google Search Central: General Structured Data Guidelines. Google beschreibt technische und qualitative Anforderungen für strukturierte Daten und unterstützt JSON-LD, Microdata und RDFa.

Lewis, P.; Perez, E.; Piktus, A.; Petroni, F.; Karpukhin, V.; Goyal, N.; Küttler, H.; Lewis, M.; Yih, W.; Rocktäschel, T.; Riedel, S.; Kiela, D. (2020): Retrieval-Augmented Generation for Knowledge-Intensive NLP Tasks. arXiv / NeurIPS. Grundlagenarbeit zu RAG-Systemen, die Sprachmodelle mit extern abrufbaren Informationsquellen verbinden.

schema.org: LodgingBusiness - Schema.org Type. Offizielle Beschreibung des Typs LodgingBusiness für Beherbergungsbetriebe wie Motel, Hotel oder Gasthof.

schema.org: Markup for Hotels. Offizielle schema.org-Hintergrundinformationen zur Auszeichnung von Hotels und anderen Unterkunftsformen.

Wikidata: Main Page. Wikidata beschreibt sich als freie und offene Wissensdatenbank, die von Menschen und Maschinen gelesen und bearbeitet werden kann.

llms.txt: The llms.txt file. Offizieller Vorschlag zur Standardisierung einer Datei, die Large Language Models bei der Nutzung einer Website zur Inferenzzeit unterstützen soll.

hotelimpulse.at / ki-audit.at (2026): White Paper KI-Sichtbarkeit für Hotels 2026. Branchenspezifischer Praxisrahmen zu KI-Sichtbarkeit, GEO, AEO, LLM-Optimierung, strukturierten Daten und Tools für Hotels.

Kontakt und weitere Informationen: hotelimpulse.at | ki-audit.at