



CHECKLISTE ZUM ARTIKEL

Damit KI-Assistenten deine Unterkunft empfehlen

ChatGPT, Gemini und Perplexity empfehlen nur einen Bruchteil aller Unterkünfte — gutes Google-Ranking allein reicht nicht. Diese Checkliste fasst zusammen, was du konkret tun kannst, damit KI-Suchassistenten deine Unterkunft überhaupt kennen und guten Gewissens empfehlen können. Zum Abhaken, wenn du sie durchgehst.



☐ **Google-Unternehmensprofil vollständig & aktuell**

Name, Adresse, Öffnungszeiten, Fotos und Kategorie sind ausgefüllt und aktuell gepflegt.

☐ **Geografische Zuordnung explizit gemacht**

Flussname, Region und bekanntere Nachbarorte werden in den Texten konkret genannt — nicht nur der offizielle Ortsname.

☐ **Aktiv Bewertungen gesammelt**

Gäste werden gezielt um Bewertungen gebeten — Menge UND Aktualität zählen, nicht nur der Durchschnitt.

☐ **Präsenz auf Drittseiten aufgebaut**

Erwähnungen bei Tourismusverbänden, Reiseblogs oder Branchenverzeichnissen angestrebt.

☐ **Klar & direkt antwortende Inhalte geschrieben**

Die eigene Seite beantwortet konkret: Wo genau? Was in der Nähe? Für wen geeignet?

Geduld mitbringen

Änderungen am Google-Ranking wirken sich mit 2–4 Wochen Verzögerung auf die Gemini-Sichtbarkeit aus. Insgesamt rechnen Fachleute mit spürbaren Veränderungen über einen Zeitraum von 60 bis 90 Tagen konsequenter Arbeit — auch für einen kleinen, familiär geführten Betrieb ohne großes Marketingbudget.



DIE ERKLÄRUNGEN DAZU

Warum das jeweils wichtig ist

1 Google-Unternehmensprofil

Gemini stützt seine Antworten direkt auf den Google-Suchindex — Fachleute nennen das „Grounding“. Gerade für lokale Anfragen zieht Gemini stark aus dem Google Business Profile. Ein vollständiges Profil ist damit der direkteste Hebel für bessere KI-Sichtbarkeit.

2 Geografische Zuordnung

Liegt eine Unterkunft an einem weniger bekannten Ort nahe einem bekannteren Ort, reicht der offizielle Ortsname allein nicht. Erst wenn Suchbegriffe wie Flussname, Region und Nachbarort explizit genannt werden, kann die KI die geografische Verknüpfung in ihren Daten klar herstellen.

3 Bewertungen: Menge und Qualität

Sowohl klassische Suchmaschinen als auch KI-Tools werten das Bewertungsvolumen als Vertrauenssignal. Eine Spitzenbewertung mit wenigen Rezensionen wirkt für Algorithmen wie ein Nischentipp statt wie ein etabliertes Angebot.

4 Präsenz auf Drittseiten

KI-Tools wie Perplexity ziehen stark aus externen Quellen — Bewertungsportalen, Reiseblogs, regionalen Verzeichnissen. Je mehr glaubwürdige externe Erwähnungen existieren, desto wahrscheinlicher wird eine Unterkunft zitiert.

5 Klar & direkt antwortende Inhalte

Statt allgemeiner Werbetexte hilft es, konkret die Fragen zu beantworten, die potenzielle Gäste stellen würden. Klar strukturierte, direkt beantwortende Inhalte werden von KI-Systemen eher extrahiert und zitiert als vage, allgemeine Beschreibungen.

Die Ausgangslage

Nur 1,2 % aller lokalen Unternehmen werden von ChatGPT überhaupt empfohlen — gegenüber 35,9 % bei Googles lokalen Top-3-Ergebnissen. Gute Google-Sichtbarkeit hilft, garantiert aber nichts — KI-Sichtbarkeit muss separat aufgebaut werden.