



DIE UNSICHTBARE SHORTLIST
PRAXIS-DIAGNOSE NR. 01

Wie beschreibt KI Ihr Hotel?

DIAGNOSE ZUR KI-AUFFINDBARKEIT

Ein Check in fünf Schritten für Ihr Team. Er zeigt, wo die Fakten zu Ihrem Hotel im Web falsch sind oder voneinander abweichen und was KI-Assistenten heute über Sie sagen.

Cross-Point · Riccardo Giacometti

Für General Manager, Revenue- und Marketingteams sowie die Agenturen, die für sie arbeiten.

Begleitheft zu «Die unsichtbare Shortlist» · Version 3, September 2026

Mit einer Arbeitsmappe, die durch jeden Schritt führt. Frei nutzbar, kopierbar und anpassbar.

	Website	Google	Booking.com	Expedia	Bewertungen	Andere
Name	○	○	—	○	○	—
Adresse	○	◇	○	✗	○	○
Lage	○	○	—	◇	—	○
Zimmer	✗	○	○	—	○	○
Zimmertypen	○	○	○	○	◇	—
Restaurant	○	—	✗	○	○	○
Spa	◇	○	◇	—	○	○
Pool	○	○	—	○	✗	○
Parkplatz	○	○	○	◇	—	—
Transfer	○	✗	○	—	○	○
Check-in	○	○	◇	○	—	✗
Haustiere	○	—	○	○	○	◇

○ STIMMT ◇ UNVOLLSTÄNDIG ODER UNKLAR ✗ WIDERSPRICHT
— NICHT AUFGEFÜHRT

ILLUSTRATION · EIN ERFUNDENES HOTEL, ZWÖLF FAKTEN, SECHS QUELLEN. JEDES ZEICHEN IST EIN VERGLEICH.

FÜR DEN GENERAL MANAGER

**Leiten Sie dies an die Person weiter,
die Ihre Online-Einträge betreut**

Reisende fragen heute KI-Assistenten um Rat bei der Hotelwahl. Die Assistenten bauen ihre Antworten aus dem, was das Web über Ihr Hotel sagt. Dieser Check zeigt, was das Web sagt, wo es falsch liegt und was die Assistenten heute antworten.

Er braucht keine Software und kein Budget. Ihr Revenue-, E-Commerce- oder Marketingteam kann ihn durchführen, oder Ihre Agentur. Alles geschieht in einer Arbeitsmappe: **ki-auffindbarkeit-arbeitsmappe.xlsx**.

EINE NACHRICHT, DIE SIE SO SENDEN KÖNNEN

«Bitte führe den Kurzcheck in dieser Arbeitsmappe für unser Hotel durch und schick mir Register 5, sobald er fertig ist. Frag die KI, bevor du einen Eintrag änderst.»

WAS SIE ZURÜCKBEKOMMEN

Register 5 der Arbeitsmappe, eine Seite: wie viele Fakten bestätigt sind, wie oft die KI Ihr Hotel nennt, wie oft sie Ihre Hauptstärke nennt, wo die grossen Websites Ihren Fakten widersprechen, und die ersten fünf Probleme zur Korrektur, jedes mit Verantwortlichem und Termin. Es zeigt nur Anzahlen. Die Methode findet Probleme gut und ist für einen Score zu grob.

WÄHLEN SIE DEN UMFANG

	KURZCHECK · HIER BEGINNEN	VOLLCHECK · SPÄTER, FALLS NÜTZLICH
Fakten	12	23, plus eigene
KI-Antworten erfassen	$3 \times 2 \times 3 = 18$	$6 \times 3 \times 3 = 54$
Website- Prüfungen	$12 \times 4 = 48$	$23 \times 6 = 138$
Zeit, grobe Schätzung	Etwa ein halber Tag	Etwa zwei Tage
Geeignet für	Einen ersten Blick, dann jedes Quartal	Die erste Basislinie oder nach einer grossen Änderung

KI-Antworten: Fragen $\times$ Assistenten $\times$ je drei Durchläufe. Die meisten Hotels sollten mit dem Kurzcheck beginnen und dort bleiben, bis er einen Grund zeigt, weiterzugehen.

BEVOR DAS TEAM BEGINNT: VIER PRÜFUNGEN

- 1 Ist Ihr wichtigster Mitbewerber in Betrieb? Ein geschlossenes Hotel macht die Vergleichsfrage nutzlos.
- 2 Nutzen Sie ChatGPT und Gemini: Beide antworten ohne Login. Perplexity stoppt nach etwa fünf Fragen.
- 3 Notieren Sie, wo der Computer steht. Die Antworten folgen seinem Standort.
- 4 Holen Sie die Fakten beim Team, nicht von Ihrer Website.

DREI FRAGEN, WENN DAS ERGEBNIS ZURÜCKKOMMT

- 1 Aus welchem Grund empfiehlt uns die KI, und ist es unsere Hauptstärke?
- 2 Haben wir die KI gefragt, bevor jemand einen Eintrag geändert hat?
- 3 Wer ist für jedes Problem «Sofort korrigieren» verantwortlich, und bis wann?

WARUM DIESER CHECK

Ihr Hotel wird an vielen Orten beschrieben. Oft widersprechen sie sich.

Nehmen Sie das Hotel Aurora, ein Familienhotel mit 22 Zimmern im Engadin. Aurora ist erfunden, seine Geschichte stammt aber von einem realen Hotel, das wir im September 2026 getestet haben, mit geänderten Namen und Details.

Aurora hat keinen Pool. Es hat einen unbeheizten Naturteich im Garten. Expedia nennt es ein «Bergrefugium mit saisonalem Pool», und Googles Hotelkarte ergänzt «und Pool». Ein KI-Assistent beschrieb danach in 5 von 9 Antworten einen beheizten Aussenpool.

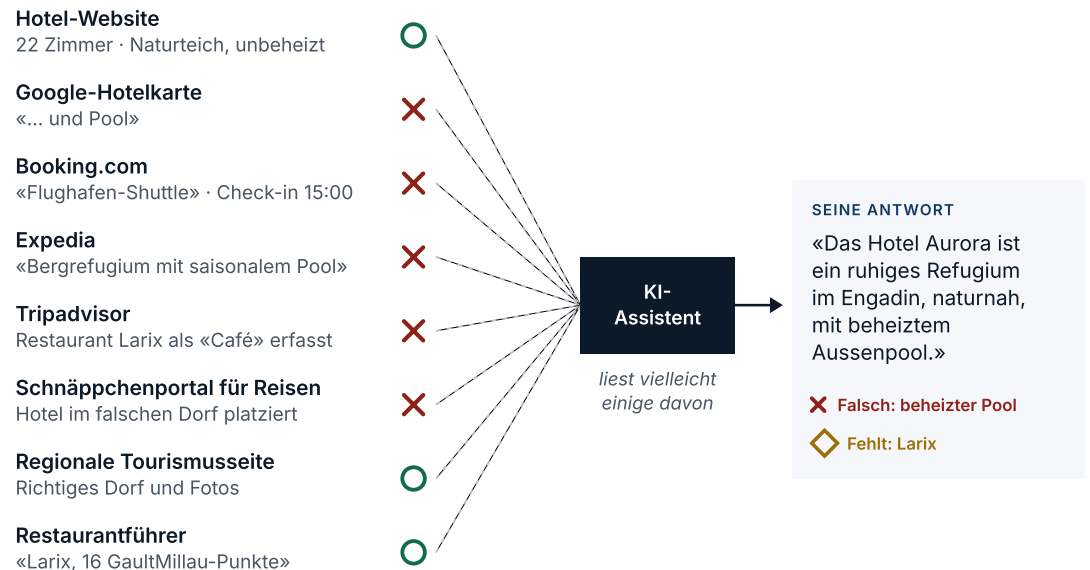
Ausserhalb der KI-Firmen weiss niemand, welche Quellen ein Assistent nutzt. Beginnen Sie also einfach: Finden Sie heraus, was das Web über Ihr Hotel sagt, und korrigieren Sie, was falsch ist. Ein Gast, der wegen des Pools bucht und einen kalten Teich findet, schreibt vielleicht eine Bewertung darüber.

WAS WIR NOCH NICHT WISSEN

Wir fanden keine Studie, die zeigt, dass saubere Einträge die KI dazu bringen, ein Hotel öfter zu empfehlen. In einer Studie mit 1'885 allgemeinen Webseiten, ohne Hotels, änderte das Hinzufügen maschinenlesbarer Daten kaum, wie oft KI-Tools die Seiten zitierten.¹ Behandeln Sie jede Änderung in KI-Antworten also als etwas, das Sie beobachten und testen.

Acht Websites beschreiben das Hotel Aurora. Bei fünf ist etwas falsch.

Ein KI-Assistent liest vielleicht einige davon und baut seine Antwort aus den Fehlern.



○ STIMMT ◇ UNVOLLSTÄNDIG ODER UNKLAR ✗ WIDERSPRICHT — NICHT AUFGEFÜHRT

Illustration mit dem erfundenen Hotel Aurora. Welche Quellen ein Assistent liest und wie stark jede zählt, ist nicht öffentlich.

DIE FÜNF SCHRITTE · JEDER HAT SEIN EIGENES REGISTER IN DER ARBEITSMAPPE

SCHRITT 1 · REGISTER 1

Festhalten, was stimmt

Ihre eigene Faktenliste, vom GM freigegeben.

SCHRITT 2 · REGISTER 2

KI fragen, ohne Hilfe

Dieselben Fragen, je dreimal.

SCHRITT 3 · REGISTER 3

Websites vergleichen

Jede Website gegen Ihre Liste.

SCHRITT 4 · REGISTER 4, 5

Probleme ordnen

Zuerst korrigieren, was eine Buchung ändern könnte.

SCHRITT 5 · REGISTER 6

Wiederholen, vergleichen

Jedes Quartal und nach grossen Änderungen.

JETZT DIE ARBEITSMAPPE ÖFFNEN
Start

Geben Sie die Angaben zu Ihrem Hotel einmal ein: Name, Region, Mitbewerber, Hauptstärke, KI-Assistenten. Machen Sie dort die vier Prüfungen. Arbeiten Sie dann die Register 1 bis 6 durch.

SCHRIFFT 1 · FESTHALTEN, WAS STIMMT

Beginnen Sie mit Ihrer eigenen Faktenliste

Jeder spätere Schritt vergleicht mit dieser Liste. Sie muss also stimmen.

Geben Sie jedem Fakt eine geprüfte Antwort. Fragen Sie die Leitung jeder Abteilung: Zimmer, F&B, Front Office, Spa. Notieren Sie, wer bestätigt hat und wann.

Kopieren Sie die Fakten nicht von Ihrer Website. Die Website ist eine der Quellen, die Sie in Schritt 3 prüfen, und in unserem Pilottest hatte sie eigene Lücken.

Schreiben Sie «nicht angeboten», wenn das Hotel etwas nicht anbietet. Ein leeres Feld heisst: Niemand hat geprüft.

Fakt 5 ist Ihr Positionierungssatz: ein Satz, der sagt, was für ein Hotel Sie sind und für wen. Beim Hotel Aurora lautet er: «Ein kleines Familienhotel im Engadin für Gäste, die wegen des Essens reisen.» Der GM gibt ihn frei.

DIE REGEL FÜR DEN GANZEN CHECK

Ihr Team entscheidet, was stimmt. KI-Antworten kommen später und werden anhand dieser Liste geprüft.

BEREICH	NR.	FAKT	KURZ
Identität	1	Offizieller Hotelname	●
	2	Strasse und Hausnummer	●
	3	Lage, in einer Zeile beschrieben	●
	4	Marke oder Betreiber, falls vorhanden	
	5	Kategorie und Positionierung, in einem Satz	●
Lage	6	Distanz und Reisezeit zum Flughafen	
	7	Distanz zu drei Orten, nach denen Gäste fragen	
Zimmer	8	Anzahl Zimmer und Suiten	●
	9	Zimmerkategorien	
	10	Barrierefreie Zimmer und Zugänge	
Essen und Trinken	11	Restaurants und Bars, mit Küche	●
	12	Öffnungstage und saisonale Schliessungen	
Angebot	13	Spa und Wellness	●
	14	Pool: innen oder aussen, saisonal oder ganzjährig	●
	15	Seminar- und Eventräume	
	16	Angebote für Familien	
	17	Parkplatz: wo, und der Preis	●
	18	Flughafentransfer: auf Anfrage oder nach Fahrplan, und der Preis	●
Hausregeln	19	Check-in- und Check-out-Zeiten	●
	20	Haustiere: Regeln und Gebühr	●
Weiteres	21	Nachhaltigkeitsaussagen und Zertifikate	
	22	Eröffnungsjahr und letzte grosse Renovation	
	23	Telefon, E-Mail und Website	

● Im Kurzcheck (12 Fakten). Der Vollcheck nutzt alle 23, plus eigene.

JETZT DIE ARBEITSMAPPE ÖFFNEN

Register 1 · Fakten

Füllen Sie die 12 Fakten aus, die für den Kurzcheck markiert sind. Notieren Sie, wer jeden bestätigt hat. Der GM gibt unten frei.

SCHRITT 2 · KI FRAGEN, OHNE IHR ZU HELFEN

Fragen Sie die KI nach Ihrem Hotel, bevor jemand einen Eintrag ändert

Nutzen Sie die KI-Assistenten, die Reisende in Ihrem Hauptmarkt verwenden. Fragen Sie wie ein Gast. Keine Links, keine Dateien, kein Hintergrund: Sie wollen sehen, was der Assistent von sich aus sagt.

Machen Sie das vor Schritt 3. Sobald Ihr Team Einträge korrigiert, verlieren Sie den Ausgangspunkt.

- 1 Neuen Chat öffnen, ausgeloggt oder im privaten Fenster, in der Sprache Ihres Markts.
- 2 Jede Frage dreimal stellen, jedes Mal in einem neuen Chat. Die Antworten ändern sich: In einer Studie blieb das Hotel auf Platz eins nur bei der Hälfte der wiederholten Suchen gleich.²
- 3 Notieren, warum er Sie empfiehlt, in seinen eigenen Worten, und einen Screenshot speichern.

DIE NÜTZLICHSTE SPALTE

In unserem Pilottest nannte ChatGPT das Hotel in jeder Antwort und erwähnte nie sein Restaurant, die Hauptstärke des Hauses. Genannt zu werden ist der einfache Teil. Der Grund, den die KI angibt, ist der Befund.

DIE SECHS FRAGEN, GESCHRIEBEN FÜR DAS HOTEL AURORA

ENTDECKUNG · KURZ «Empfehl mir fünf Hotels im Engadin für ein Paar, das gutes Essen und Natur sucht.»	ABWÄGUNG · KURZ «Erzähl mir vom Hotel Aurora in Silvanta. Wofür ist es bekannt?»	VERGLEICH · KURZ «Vergleiche das Hotel Aurora und das Hotel Borealis für einen Aufenthalt von drei Nächten.»
MERKMAL «Welche Hotels im Engadin haben gute Wellnessangebote?»	LAGE «Welche Hotels würdest du nahe den Engadiner Seen empfehlen?»	EIGNUNG «Ist das Hotel Aurora eine gute Wahl für ein Paar, das gutes Essen und Natur sucht?»

WAS AURORA NOTIERT HAT

ASSISTENT · LAUF	POSITION	WARUM ER AURORA EMPFIEHLT	NENNT LARIX?	FAKTEN RICHTIG?	GEFUNDENES PROBLEM
A · 1	3 von 5	«Klein, hochwertig, naturnah»	✗ Nein	○ Ja	Essen nie erwähnt
A · 2	3 von 5	«Ruhig, stilvoll, abseits des Trubels»	✗ Nein	○ Ja	Essen nie erwähnt
B · 1	2 von 5	«Spitzenküche, Arvensuiten, beheizter Aussenpool»	○ Ja	✗ Nein	Erfindet einen beheizten Pool

ENTDECKUNGSFRAGE · DEM PILOTTEST NACHEMPFUNDEN, NAMEN GEÄNDERT

JETZT DIE ARBEITSMAPPE ÖFFNEN
Register 2 · KI fragen

Geben Sie zuerst die Angaben zu Ihrem Hotel im Register Start ein. Die Fragen schreiben sich dann selbst. Kurzcheck: 18 Zeilen.

SCHRIFFT 3 · DIE WEBSITES VERGLEICHEN

Vergleichen Sie jede Website mit Ihrer Liste. Die Unterschiede erklären oft, was die KI in Schritt 2 gesagt hat.

FAKT	WEBSITE	GOOGLE	BOOKING.COM	EXPEDIA	TRIPADVISOR	ANDERE SEITEN	PROBLEM
Pool	○ Naturteich, unbeheizt	✗ «und Pool»	○ Naturbad	✗ «Saisonaler Aus-senpool»	◇ «Quellpool»	◇ «Naturpool»	Zwei Seiten erfinden einen Pool
Transfer	○ Gratis ab Bahnhof	–	✗ «Flughafen-Shuttle»	–	–	–	Booking.com erfindet Shuttle
Check-in	○ 14:00	–	✗ 15:00	✗ 15:00	–	–	Zwei Seiten nennen 15:00
Restaurant	○ Larix, 16 GaultMillau	◇ «Gourmet-küche»	◇ Gelistet, ohne Punkte	◇ «Alpenküche»	✗ Als «Café» erfasst	○ Guide: 16 Punkte	Hauptstärke fehlt auf Buchungsseiten
Parkplatz	○ Aussen gratis; Garage CHF 20	◇ «Gratis parkieren»	◇ «Gratis parkieren»	◇ «Gratis-Parkplatz»	◇ «Gratis parkieren»	–	Garagegebühr fehlt überall
Dorf	○ Silvanta	○ Silvanta	◇ Ohne Hausnummer	◇ Nur Gemeinde	○ Silvanta	✗ Falsches Dorf	Schnäppchenportal: falsches Dorf
Schliessungen	◇ Nicht angegeben	–	–	○ Daten gelistet	–	–	Nur Expedia nennt sie
○ STIMMT ◇ UNVOLLSTÄNDIG ODER UNKLAR ✗ WIDERSPRICHT – NICHT AUFGEFÜHRT							HOTEL AURORA · ERFUNDENES BEISPIEL

Aurora zeigt das Muster: Expedia und Google sagen Pool, und ein KI-Assistent nannte in Schritt 2 in 5 von 9 Antworten einen beheizten Pool. Viele Buchungsseiten übernehmen Texte aus dem Channel Manager oder Extranet, den Systemen für Raten und Inhalte: dort einmal korrigieren, dann jeden Eintrag prüfen. Auch die eigene Website prüfen: Fakten als Text lesen Maschinen leichter als Fakten in Bildern oder PDFs.

ÜBER DIE FAKTEN HINAUS

Zwei Beschreibungen können beide stimmen und trotzdem zwei verschiedene Hotels zeigen. Lesen Sie den eigenen Text jeder Website und vergleichen Sie ihn mit Ihrem Positionierungssatz (Fakt 5):

- ☐ Art des Hotels
- ☐ Gegend und Umgebung
- ☐ Für welchen Gast
- ☐ Besondere Erlebnisse
- ☐ Restaurants und Bars
- ☐ Wellness
- ☐ Was Sie unterscheidet

Notieren Sie, wo eine Website einen anderen Gast beschreibt. KI-Antworten folgen oft.

JETZT DIE ARBEITSMAPPE ÖFFNEN

Register 3 · Kanäle

Wählen Sie pro Feld ein Wort: Stimmt, Unvollständig, Widerspruch oder Nicht aufgeführt. Kurzcheck: 12 Fakten auf 4 Websites.

SCHRITT 4 · PROBLEME ORDNEN · SCHRITT 5 · WIEDERHOLEN

Zuerst korrigieren, was eine Buchung ändern könnte. Dann dieselben Fragen erneut stellen.

Die meisten Hotels finden viele kleine Unterschiede. Stellen Sie zu jedem Problem eine Frage: Könnte das die Buchung oder den Aufenthalt eines Gasts verändern? Geben Sie ihm dann eine von vier Kategorien und einen Verantwortlichen: eine Rolle oder eine Person.

DIESE WOCHE

Sofort korrigieren

Ein Fakt ist falsch und könnte eine Buchung ändern oder eine Reklamation auslösen.

BEISPIEL AURORA

Expedia: «saisonaler Aussenpool»

DIESES QUARTAL

Als Nächstes verbessern

Wichtige Informationen fehlen, sind unklar oder werden anders beschrieben.

BEISPIEL AURORA

Larix fehlt in den Beschreibungen der Buchungsseiten

IMMER NUR EINE ÄNDERUNG

Testen

Eine Änderung mit unbekannter Wirkung. Ändern Sie eine Sache und notieren Sie das Datum.

BEISPIEL AURORA

Eine Hotelbeschreibung, die mit Larix beginnt

NÄCHSTER DURCHLAUF

Beobachten

Klein, mit wenig Einfluss auf eine Buchung.

BEISPIEL AURORA

Ein Schnäppchenportal nennt das falsche Dorf

DEN CHECK WIEDERHOLEN

EINMAL

Basislinie

Der erste Vollcheck.
Screenshots aufbewahren.

JEDES QUARTAL

Kurzcheck

Dieselben Fragen, dieselben
Assistenten, die 12
Kurzcheck-Fakten.

NACH GROSSER ÄNDERUNG

Erneut prüfen

Renovation, neue Marke oder neuer Betreiber, ein Restaurant öffnet oder schliesst, neue Website.

Das Ziel ist bescheiden. Die wichtigsten Fakten des Hotels klar, überall gleich und leicht prüfbar machen. Dann beobachten, wie sich KI-Antworten über die Zeit verändern.

JETZT DIE ARBEITSMAPPE ÖFFNEN

Register 4, 5 und 6

Erfassen Sie jedes Problem in Register 4. Register 5 füllt sich selbst: Senden Sie es dem GM. Tragen Sie nach jedem Durchlauf eine Zeile in Register 6 ein.

Quellen. 1 Ahrens, «We tracked 1,885 pages adding schema. AI citations barely moved», 11. Mai 2026. Rund 4'000 Vergleichsseiten, 30 Tage, allgemeine Webseiten, keine Hotels. Zitierungen in AI Overviews -4,6%; Veränderungen in AI Mode und ChatGPT nicht signifikant. Evidenzregister L118, Belegt. 2 N. Sitter, «AI hotel rankings consistency study 2026». Anbieterstudie, 8 Städte, 4'000 Hotelanfragen in Google AI Mode, Februar 2026: Platz eins in 50,5% der Wiederholungen stabil. Evidenzregister L048, Mit Vorbehalt. Beide aus dem Evidenzregister von «Die unsichtbare Shortlist». Das Hotel Aurora ist erfunden; seine Befunde sind einem Pilottest an einem realen Engadiner Hotel am 30. September 2026 nachgebildet, mit geänderten Namen und Details. Die Pilotzahlen beschreiben ein Hotel an einem Tag.

Frei nutzbar, kopierbar und anpassbar innerhalb Ihres Hotels. Beschreibt eine Methode und verspricht keine KI-Sichtbarkeit. Kommentare und Korrekturen: riccardo.giacometti@cross-point.ch