

KI-Inhalte kennzeichnen – was ab August 2026 gilt

Eine kompakte Selbstcheck-Liste für Hotellerie & Gastronomie: Wo Sie heute stehen, was zu tun ist – und wie Sie Transparenz als Stärke nutzen.

Gültig ab 2. August 2026 · EU AI Act, Art. 50

Worum es geht: Bilder, Videos, Texte oder Audio, die mit KI erstellt oder wesentlich verändert wurden, müssen ab diesem Datum sichtbar gekennzeichnet werden. Auch Schweizer Betriebe mit internationaler Gästeschaft sind in der Praxis betroffen. Diese Checkliste zeigt, wo Sie ansetzen.

☐ erledigt ☐ in Planung ☐ betrifft uns nicht

1 BESTANDSAUFNAHME

- Website-Bilder geprüft** ☐ ☐ ☐
Welche Fotos sind KI-bearbeitet oder -generiert?
- Buchungsplattformen geprüft** ☐ ☐ ☐
Booking.com, HRS, Expedia & Co.
- Social-Media-Inhalte geprüft** ☐ ☐ ☐
Instagram, Facebook, Stimmungsbilder
- Website- & Marketingtexte geprüft** ☐ ☐ ☐
Wurden Texte redaktionell freigegeben?

2 KENNZEICHNUNG UMSETZEN

- ☐ **Vollständig KI-generierte Bilder** mit Hinweis «Bild: KI-generiert» versehen
oder durch echte Fotos ersetzen
- ☐ **KI-bearbeitete Fotos** (aufgehellt, retuschiert) mit
«Foto: KI-bearbeitet» kennzeichnen
- ☐ **1:1 übernommene KI-Texte** mit «Text mit KI-Unterstützung erstellt» versehen
redigierte & freigegebene Texte sind ausgenommen
- ☐ **Kennzeichnung gut sichtbar platziert**
nicht im Kleingedruckten – direkt beim Inhalt

3 KANÄLE & TECHNIK

- ☐ **KI-Chatbot** stellt sich klar als KI vor
z. B. «Lena – Ihr digitaler Concierge (KI)»
- ☐ **Instagram/Facebook:** «Mit KI erstellt» beim Upload markiert
- ☐ **Booking-Plattformen:** KI-Bilder ersetzt oder kenntlich gemacht
- ☐ **Interne Regel festgelegt:** Wer erstellt, kennzeichnet sofort
- ☐ **Keine täuschenden Inhalte** im Einsatz
z. B. gefälschte Bewertungen, manipulierte Videos – diese sind unzulässig

Typische Fehler: Kennzeichnung im Kleingedruckten verstecken · annehmen, «das merkt ohnehin niemand» · nur neue Inhalte prüfen und bestehende KI-Bilder online vergessen.

4 CHANCE STATT PFLICHT

- ☐ Transparenz aktiv kommunizieren – **Vertrauen als Markenwert** nutzen
- ☐ Team für den bewussten Umgang mit KI-Tools **sensibilisieren**

PERSÖNLICHE NOTIZEN & NÄCHSTE SCHRITTE

NÄCHSTER SCHRITT

**Lassen Sie uns Ihren digitalen Auftritt
gemeinsam auf Kurs bringen.**

Hotel Success

Hospitality – Mindset & Passion
hotelsuccess.cc

Hotel Success ist keine Marketing- oder KI-Agentur. Als Hotel Mentor bündle ich relevante Entwicklungen für die Hospitalitybranche und stelle sie meinen Kund:innen kompakt und praxisnah zur Verfügung.

Findet Sie die KI – wenn Gäste fragen?

Ihr Hotel wird heute nicht nur über Google gefunden. Immer mehr Gäste fragen ChatGPT, Google AI oder Perplexity direkt nach dem passenden Urlaub – und nur wer als verlässliche Quelle gilt, taucht in der Antwort auf.

KI-Sichtbarkeit (GEO) · Selbstcheck für Hoteliers

Worum es geht: Klassisches Suchmaschinen-Ranking verliert an Bedeutung – an seine Stelle tritt die Frage, ob KI-Systeme Ihr Haus überhaupt als Antwort kennen. Wer hier nicht sichtbar ist, existiert für eine wachsende Zahl an Gästen schlicht nicht. Diese Checkliste zeigt, wo Sie ansetzen.

☐ erledigt ☐ in Planung ☐ betrifft uns nicht

1 STATUS-CHECK

Eigene Sichtbarkeit getestet ☐ ☐ ☐

Frage in ChatGPT/Perplexity gestellt: «Hotel in [Region] für [Anlass]» – erscheint Ihr Haus?

Name, Adresse, Angebot konsistent ☐ ☐ ☐

Auf Website, Google-Profil, Buchungsplattformen identisch hinterlegt?

Website beantwortet Gästefragen direkt ☐ ☐ ☐

Klare Antworten statt reiner Werbetexte?

Strukturierte Daten (Schema Markup) im Einsatz ☐ ☐ ☐

Damit KI-Systeme Inhalte maschinenlesbar erfassen können

2 INHALTE STÄRKEN

☐ **Typische Gästefragen** als eigene Inhalte beantworten
z. B. «Wellness mit Kindern», «Wandern ab dem Haus», «Anreise ohne Auto»

☐ **Fakten statt Floskeln:** konkrete Angaben zu Lage, Ausstattung, Saison

☐ **Regionale Bezüge sichtbar** einbinden
Region, Bundesland, lokale Besonderheiten

☐ **Inhalte werden regelmässig aktualisiert**
stabile, gepflegte Quellen werden bevorzugt herangezogen

3 VERTRAUEN AUFBAUEN

☐ **Verlinkungen von außen** aktiv fördern

Partner, Region, Branchenverzeichnisse, Presse

☐ **Bewertungen & Erwähnungen** im Blick behalten

Konsistentes Bild über alle Plattformen hinweg

☐ **Eigene Expertise sichtbar** positionieren

Beiträge, Empfehlungen, Insiderwissen rund ums Haus

Typische Fehler: nur auf klassisches SEO setzen und KI-Sichtbarkeit ignorieren · widersprüchliche Angaben zu Adresse oder Angebot auf verschiedenen Plattformen · Inhalte, die werben statt informieren.

4 EINORDNUNG

☐ Wer einmal als verlässliche Quelle gilt, **behält diese Position meist über längere Zeit**
früh ansetzen lohnt sich doppelt

☐ KI-Sichtbarkeit ist **kein Zufall**, sondern Ergebnis von Struktur, Konsistenz und Inhalt

PERSÖNLICHE NOTIZEN & NÄCHSTE SCHRITTE

NÄCHSTER SCHRITT

Sichtbar werden, bevor es die Gäste selbst bemerken.

Hotel Success

Hospitality – Mindset & Passion
hotelsuccess.cc

Hotel Success ist keine Marketing- oder KI-Agentur, sondern bündelt als Hotel Mentor relevante Branchenentwicklungen kompakt für seine Kund:innen.