
SEILBAHNEN INTERNATIONAL WEBINAR

SPEED U UP



DER GAST FRAGT DIE KI, NICHT MEHR NUR GOOGLE *WIE BERGBAHNEN IN ANTWORTEN VORKOMMEN*

INNSBRUCK

SEPTEMBER 2026

FABIAN LECHNER

Geschäftsführung, Speed U Up GmbH

Verantwortlich für **Performance Marketing** und **datengetriebene Kampagnenstrategien** mit Fokus auf:

- Digitales Online-Marketing & Performance Advertising Tracking, Reporting und Marketing-Analytics, Image- und Anfragekampagnen im Tourismus
- 17 Jahre Erfahrung im digitalen Online-Marketing, davon der Großteil im touristischen Umfeld (Speed U Up, Sartori & Thaler Marketing Services, MTS Online GmbH)
- Leitung und Umsetzung nationaler und internationaler Kampagnen für Destinationen, Bergbahnen und touristische Leitbetriebe u.a. Gasteinertal Tourismus, Zillertal Tourismus, Bayern Tourismus, Graubünden Tourismus
- Schwerpunkt auf messbarer Kampagnenwirkung über alle digitalen Touchpoints & Social-Media-Plattformen inkl. Tracking- und Reporting-Konzepten



JANA HOFMANN

Senior SEO/GEO Specialist, Speed U Up GmbH

Verantwortlich für **SEO-/GEO-Analysen, -Strategien und Website-Optimierung:**

- SEO-Spezialistin bei Speed U Up seit 2022: Onpage-, Offpage- und technisches SEO, Relaunch-Begleitung, Monitoring-Reports sowie Sichtbarkeitsoptimierung inkl. KI-Antworten
- Über 6 Jahre Erfahrung im digitalen SEO-Umfeld, u. a. als interne SEO-Managerin bei Klimahelden GmbH, Redaktionsleiterin bei Werner & Klopffleisch OHG sowie internationale Praxiserfahrung bei Innovana Thinklabs (Indien)
- Frühe Praxiserfahrung im Tourismus im Beherbergungsbetrieb Werner Bäuerle in Contenterstellung + Kundenservice
- Schwerpunkt auf Full SEO, Content-Strategien, Blog-Erstellung, Präsentationen & Workshops sowie KI-Optimierung – gestützt durch ein Bachelorstudium in Kommunikationswissenschaft mit Nebenfach Psychologie



MARTINA TREMEL

Leitung Digital / Marketing Manager, Chiemgau GmbH

Verantwortlich für **die strategische Weiterentwicklung digitaler Themen, Online-Marketing und Website:**

- Seit 4 Jahren bei der Chiemgau GmbH im Marketing, seit Kurzem Leitung der Digitalabteilung

Meine Aufgaben

- Strategische Steuerung und Weiterentwicklung der digitalen Themen sowie Verantwortung für SEO und GEO
- Kampagnenmanagement inkl. Performance Marketing, Landingpages, Beteiligungsmaßnahmen und begleitenden Online-Inhalten
- Übergeordnete Content-Steuerung und Weiterentwicklung der Website sowie Priorisierung größerer Website-Anpassungen
- Leitung und Koordination des Geschäftsfelds Winter sowie Umsetzung ausgewählter Printprodukte
- Zuvor 2 Jahre Marketing Manager bei der Familotel AG - Betreuung verschiedener Mitgliedshotels im Online-Marketing



01 GRUNDLAGEN

02 GEO-OPTIMIERUNG

03 ERFOLGE MESSEN

04 WAS TUN, WENN...

05 ROADMAP

not made by or
search
verb 1 to

PART I

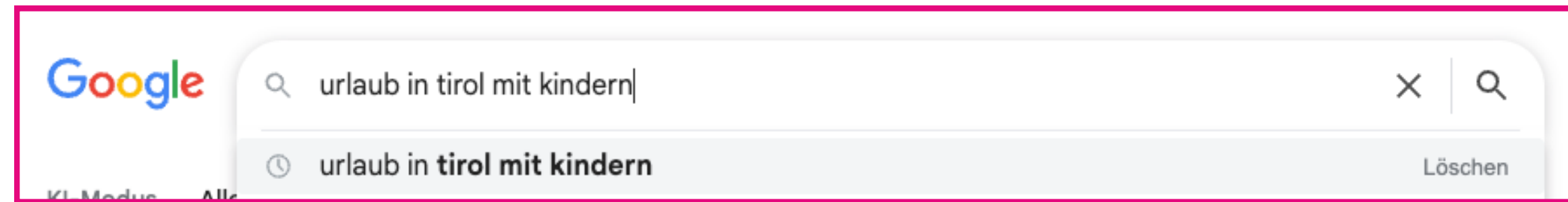
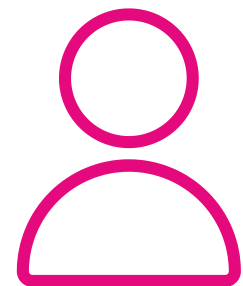
SPEED U UP 

GRUNDLAGEN

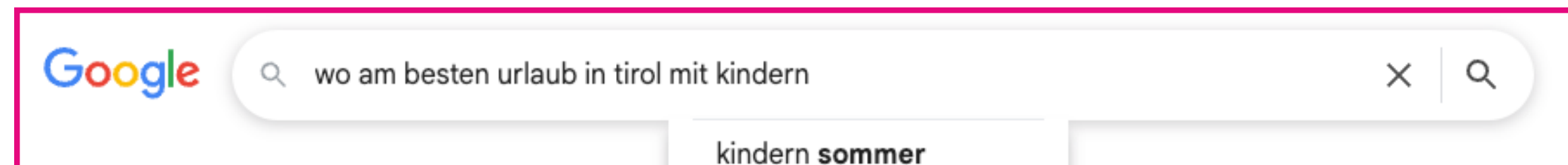
WIE VERÄNDERT KÜNSTLICHE INTELLIGENZ DIE ART, WIE MENSCHEN IM INTERNET ANTWORTEN FINDEN?



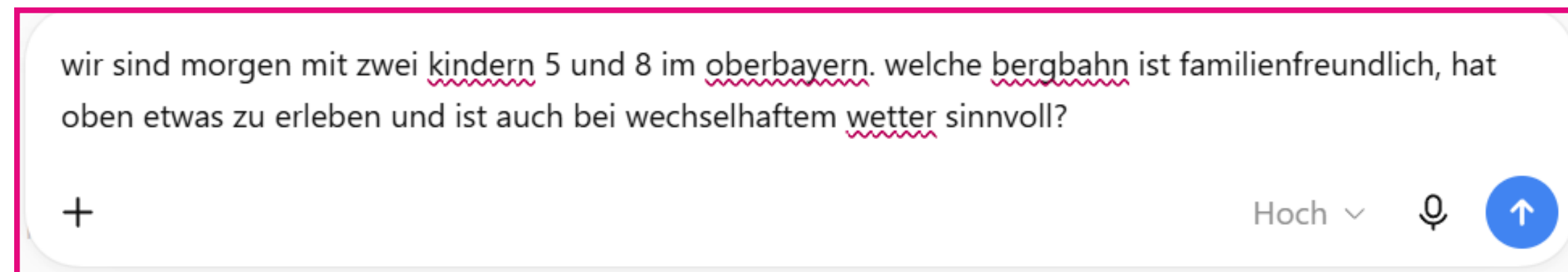
WIE SUCHEN NUTZER:INNEN HEUTE?



**KEYWORD-
SUCHE**



**KURZER
PROMPT**



**LANGER
PROMPT**

WIE VERÄNDERT SICH DIE SUCHE?

Google

urlaub in tirol mit kindern

×

🔊

🔄

🔍

Gesponserte Ergebnisse ausblenden

Urlaub in Tirol

https://www.tirol.at › urlaubsideen › familie › sommer

Sommerurlaub mit Kindern: Familienurlaub in den Bergen

Tirol kombiniert Naturerlebnisse und Familienfreundlichkeit auf einzigartige Weise. Ob spannende Wandertouren, Themenwege oder familiengerechte Unterkünfte

...

Urlaub in Tirol

https://www.tirol.at › urlaubsideen › familie › sommer

Sommerurlaub mit Kindern: Familienurlaub in den Bergen

Tirol kombiniert Naturerlebnisse und Familienfreundlichkeit auf einzigartige Weise. Ob spannende Wandertouren, Themenwege oder familiengerechte Unterkünfte

...

Websites zu Orten

Sommerurlaub mit Kindern: Familienurlaub in den Bergen

Urlaub in Tirol

Familienurlaub Tirol - Die beliebtesten 162 Reiseangebote

Lidl Reisen

Familienurlaub Tirol » Familienhotels günstig buchen - TUI.at

TUI.at

Urlaub im Land der Berge in Tirol

Urlaub am Baue...

Weitere Websites

Top-Sehenswürdigkeiten in Tirol

Alpenzoo Innsbruck - Tirol

4.4 ★ (13 867)

Zoo

[Website](#)

Ab € 16,00

AC Hotel Innsbruck

4.4 ★ (3158)

Hotel

[Website](#)

Bergiselschanze

4.6 ★ (8359)

Sportanlage

[Website](#)

Ab € 12,00

Schloss Ambras Innsbruck

4.5 ★ (8457)

Schloss

[Website](#)

Ab € 16,00

Weitere Aktivitäten

lidl-reisen.at

https://www.lidl-reisen.at › familienurlaub › oesterreich

Familienurlaub in Tirol günstig buchen bei Lidl Reisen

KLASSICH:
SUCHERGEBNISSE

ChatGPT

Anmelden

Kostenlos registrieren

wo kann ich am besten in tirol urlaub mit meinen kindern (2 & 4 jahre alt) machen. wir haben einen hund, gerne viel eaktivitäten (schwimmen, wandern) aber soll nicht zu teuer sein

Mit Kindern in dem Alter (2 & 4) würde ich in Tirol eher auf eine familienfreundliche Region mit kurzen Wegen, Badesee, einfachen Wanderungen und Bauernhof-Unterkünften setzen – nicht auf teure Luxus-Kinderhotels.

Für euer Budget und mit Hund finde ich diese Kombinationen am sinnvollsten:

1. Pitztal / Arzl im Pitztal → Preis-Leistungs-Tipp

Das passt extrem gut zu kleinen Kindern + Hund + Wandern.

Warum:

- viele leichte Familienwanderungen
- Wasserfälle, Almen, Spielplätze
- deutlich günstiger als Zillertal oder Serfaus
- viele Bauernhöfe/Ferienwohnungen
- hundefreundlich
- gute Ausgangslage für Seen & Thermen

Sehr gute Unterkünfte:

- Kinderbauernhof Ierzerhof
- Kinderbauernhof Leneler
- Albeinelerhof Kinderbauernhof
- Baby- und Kinderbauernhof Ferienhof Raich

Dort haben die Kinder Tiere, Spielmöglichkeiten und wir habt meist Apartments mit Küche → spart viel Geld beim Essen.

+ Stelle irgendeine Frage

🔊

■

ChatGPT kann Fehler machen. Überprüfe wichtige Informationen. Siehe [Cookie-Voreinstellungen](#).

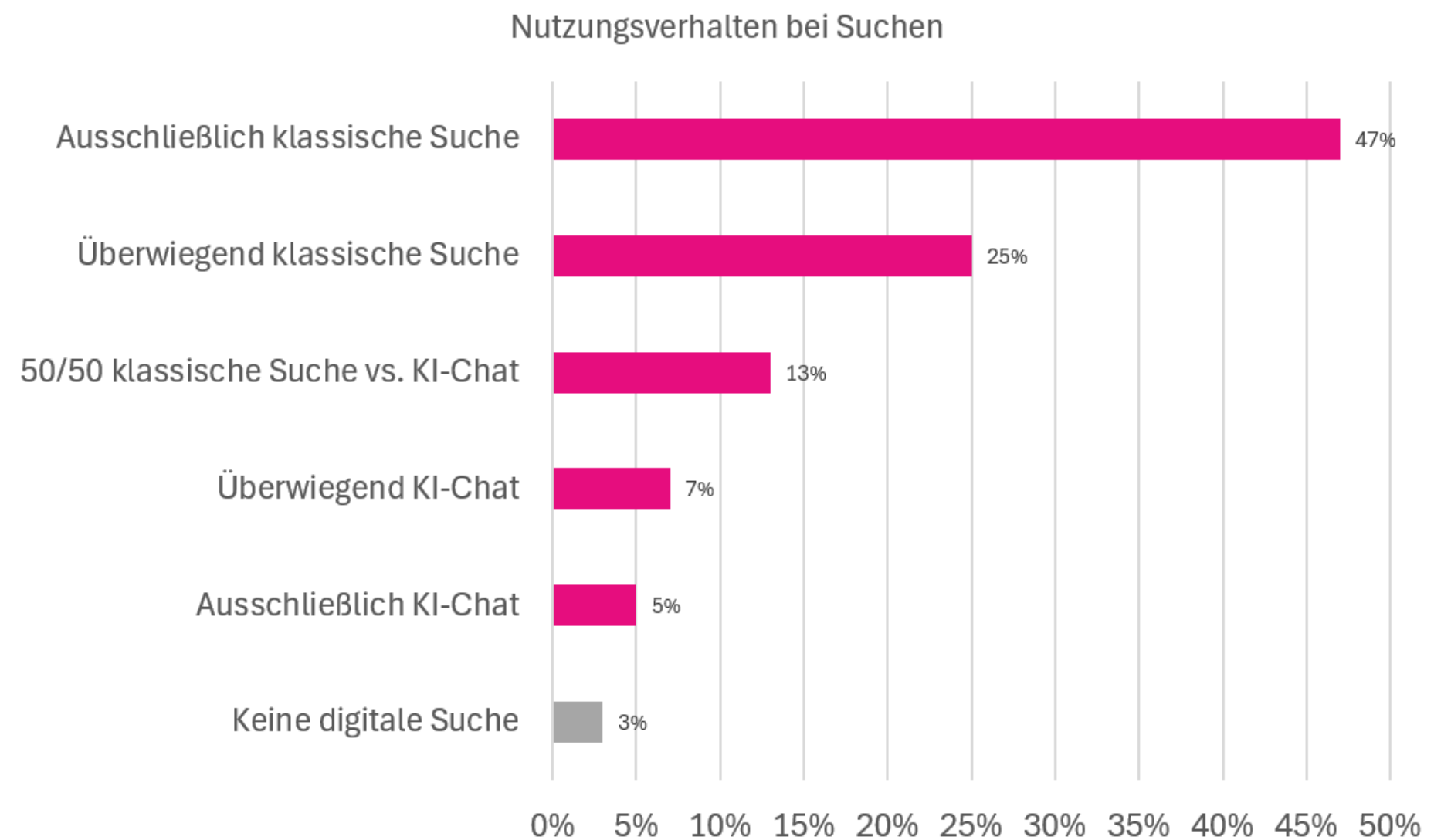
NEU: KI-
ANTWORT

NUTZUNGSZAHLEN VON KI-CHATS STEIGEN

Repräsentative Befragung in Deutschland
(November 2025):

- Die Hälfte der Internetnutzer:innen (über 16 Jahre) verwenden zumindest gelegentlich KI-Chats statt klassischer Suchmaschinen
- Bei den 16- bis 29-Jährigen sind es sogar zwei Drittel

→ KI-Chats wurden zum zweiten Suchkanal, Sichtbarkeit in KI-generierten Antworten ist entscheidend



SEO VS GEO: DER UNTERSCHIED

➤ SEO

= Suchmaschinenoptimierung aka
Optimierung für organische Suche
(z. B. Google, Bing)

➤ GEO

= Generative Engine Optimization
aka Optimierung für KI-Systeme (z. B. KI-Chats)

Achtung: Verwechslungsgefahr mit "GEO" als ugs.
geografische SEO - das wäre korrekt "lokale SEO"

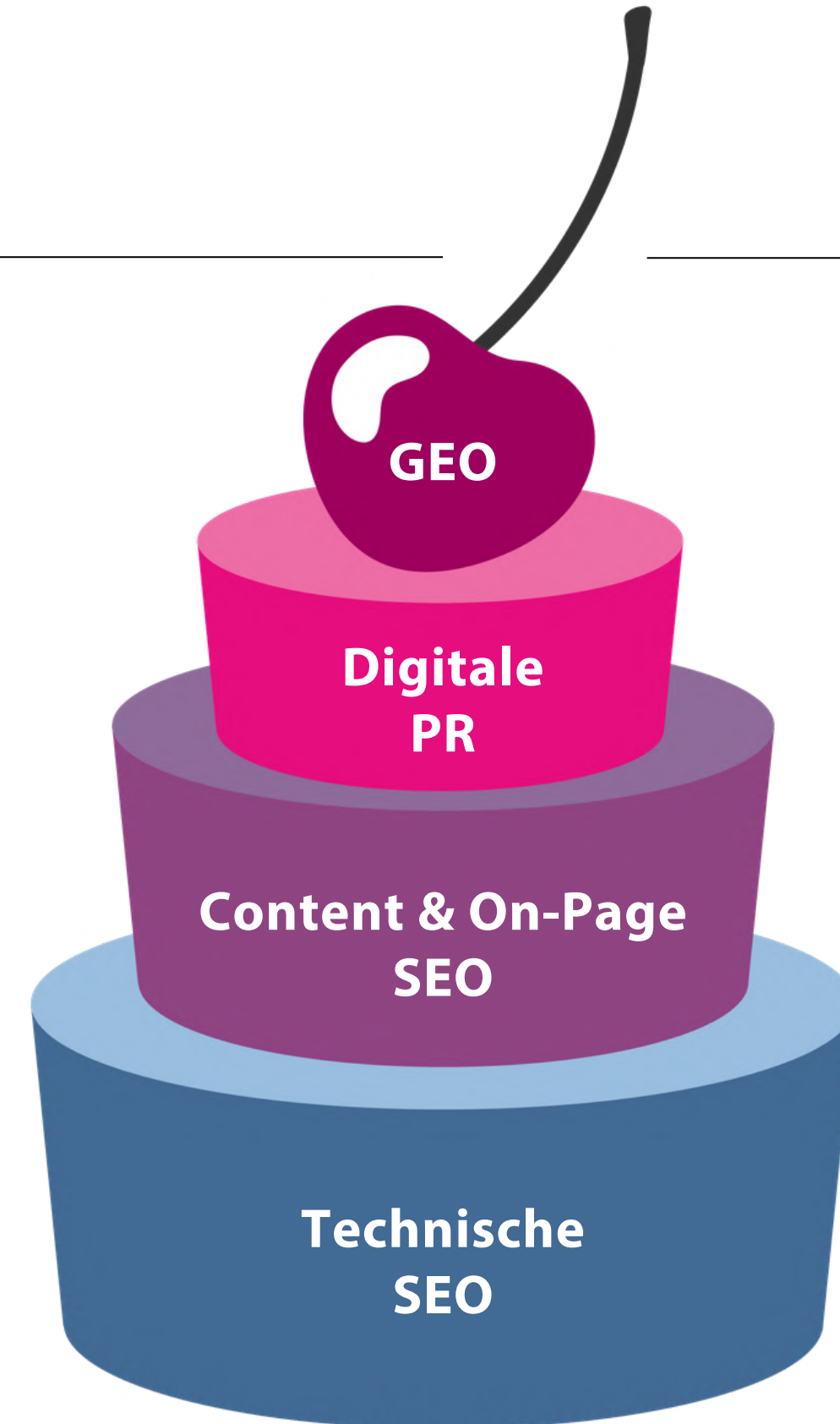


SEO = BASIS

GEO = ERWEITERUNG

Social Media
steuert Erwähnungen
und Content bei

Kampagnen
stärken Signale



— **KI Optimierung**

SEO

SEO ALS BASIS

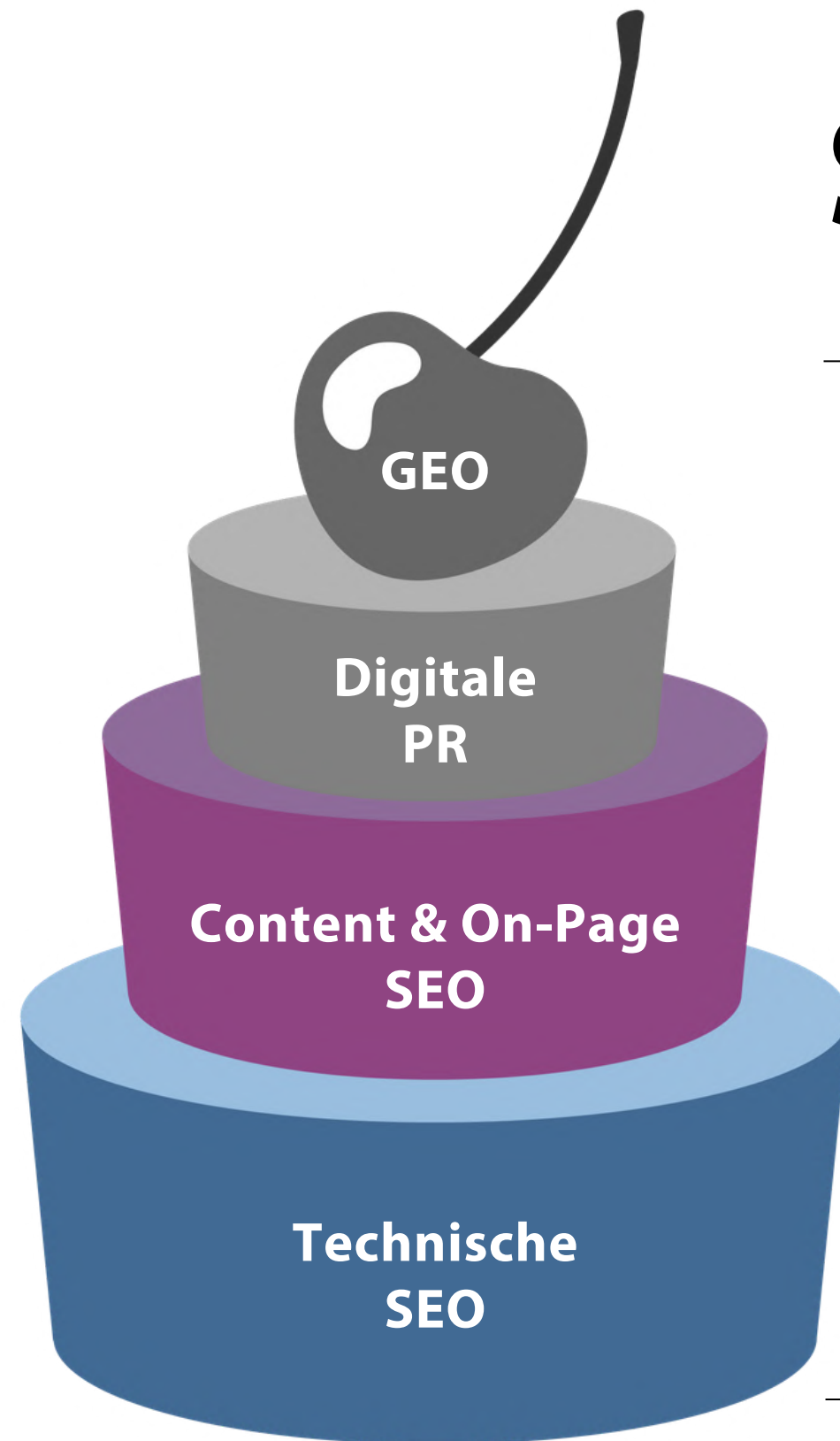


➤ TECHNISCHE SEO

Technische Grundlage sicherstellen:

- Crawlbarkeit & Indexierung steuern
- Responsives Design
- Ladezeiten optimieren
- Website-Architektur & UX
- Strukturierte Daten
- Barrierefreiheit

SEO ALS BASIS

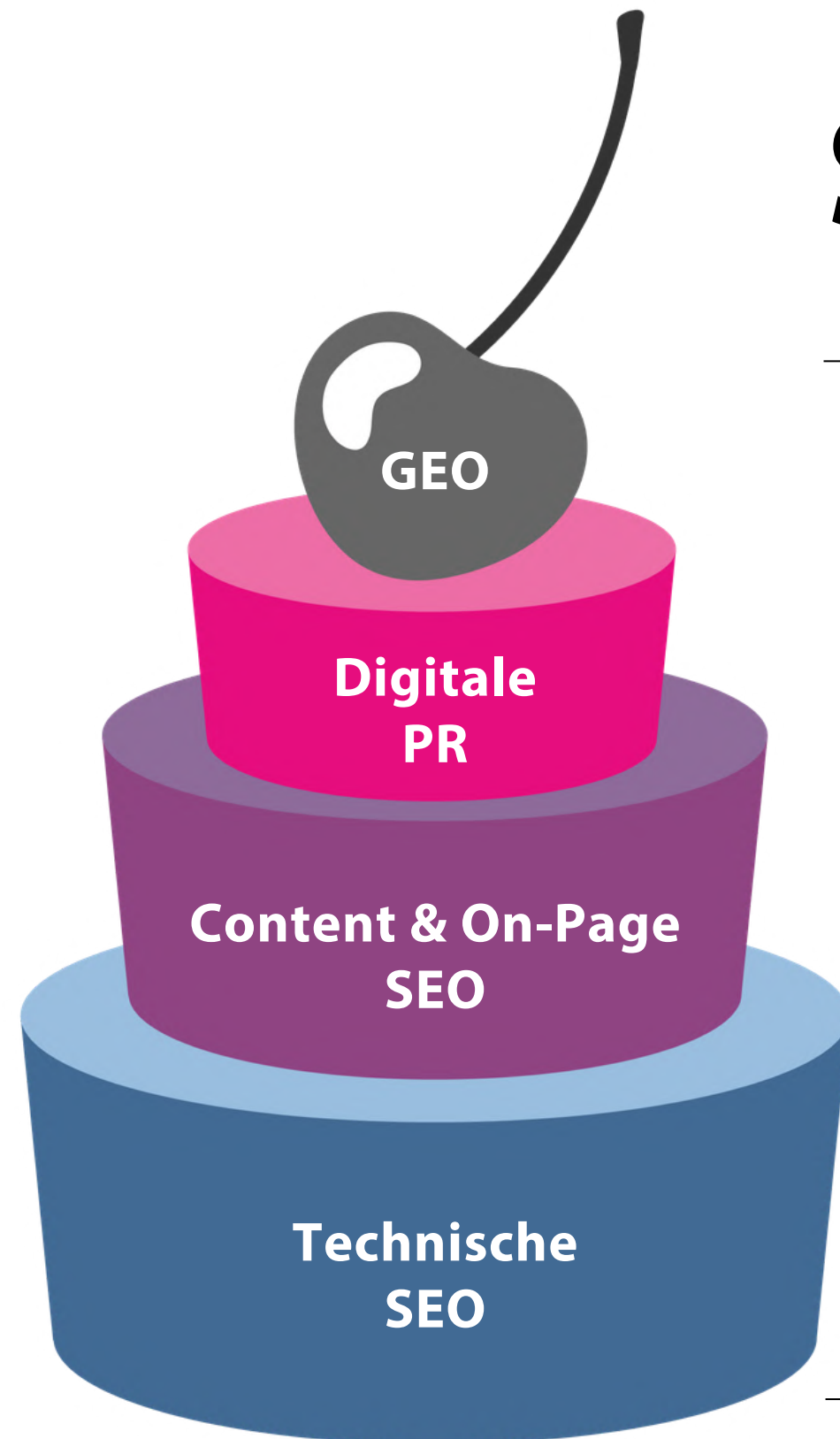


➤ CONTENT & ON-PAGE SEO

Inhalte anpassen:

- Themen & Keywords finden & optimieren
- Inhalte planen & erstellen
- Metadaten optimieren
- Bilder & Videos optimieren

SEO ALS BASIS

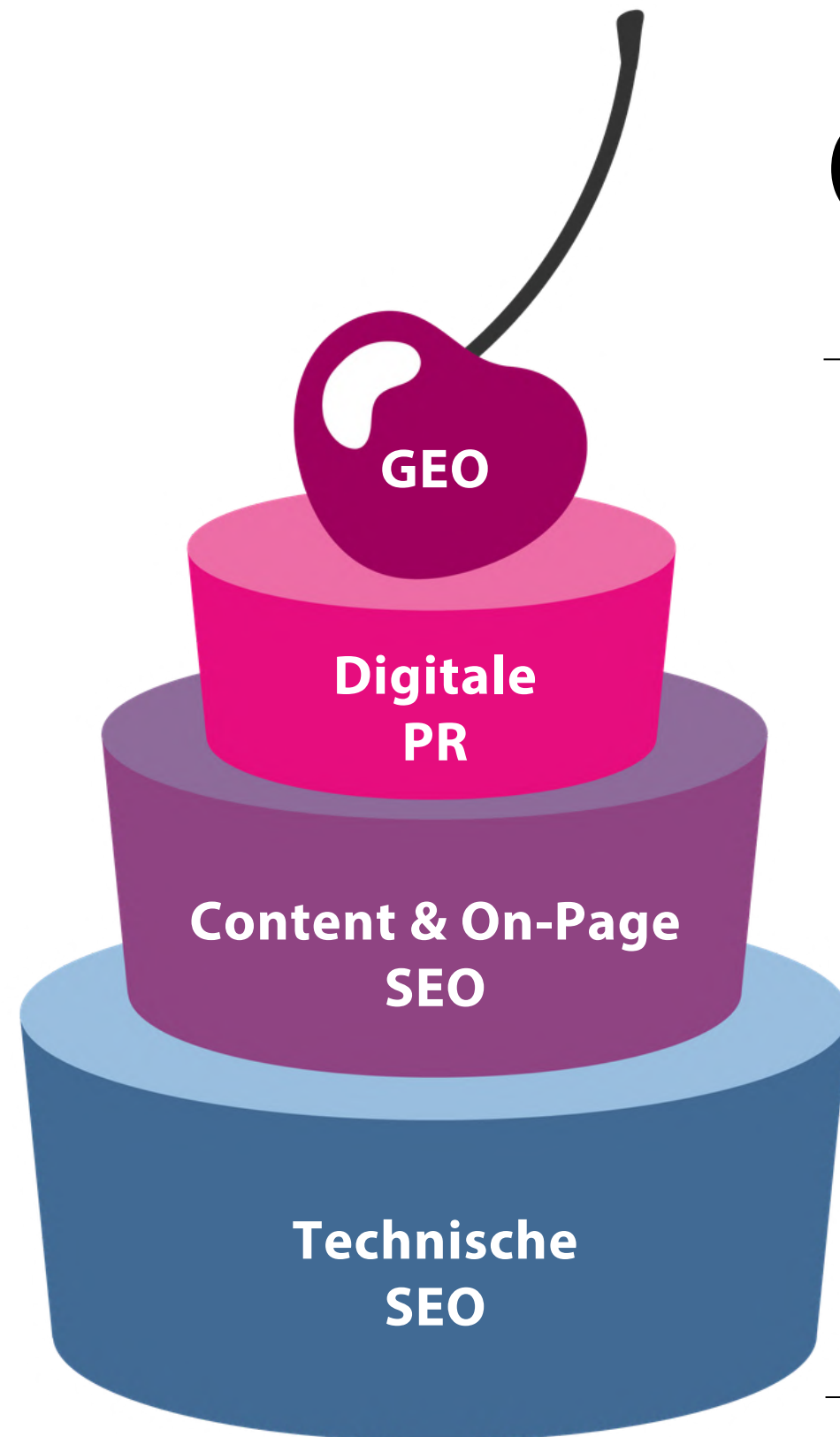


➤ DIGITALE PR

E-E-A-T stärken durch:

- Markenerwähnungen auf externen Seiten
- Einzigartigen Content streuen
- Reputationsmanagement
- Backlink-Pflege

GEO ALS ERWEITERUNG



➤ KI-OPTIMIERUNG (GEO)

GEO sorgt für Erwähnungen & Quellnennungen in KI-Antworten (Googles Übersicht mit KI & KI-Chats)

durch:

- Technische Voraussetzungen
- Content-Optimierung & -Erweiterung



KLASSISCHE SEO ALLEIN REICHT NICHT MEHR

KI-PRÄSENZ + GOOGLE-KLICKS

Eine aktuelle Studie zeigt, dass die Nutzer:innen-Journey in zwei “Welten” aufgeteilt wird:

Inspiration



Conversion

Nutzungsziel	Bevorzugte Such-Anwendung	Website-Klicks
Strategische Recherche	KI-Tools	 Kaum ▾
Konkrete Anbieter- und Produktsuche	Klassische Suchmaschine, z.B. Google	 Viele ▾

FÜR BERGBAHNEN IST DAS RELEVANT, DENN...

SPEED U UP 

↗ INHALTE...

sollen korrekt von der KI
widergegeben werden, sprich
Betrieb heute? Preis? letzte Talfahrt?
Kinderwagen? Hund? Parkplatz?

↗ SENTIMENT...

kann mit der KI beobachtet werden,
da sie stark auf Rezensionen geht -
dieses spiegelt Meinungen wider &
beeinflusst gleichzeitig.
WAHRNEHMUNG: voll, teuer,
familienfreundlich, Aussicht,
Wartezeiten.

↗ ENTSCHEIDUNGEN...

für eine Bergbahn werden mit KI-
Chats besprochen, bevor
Nutzer:innen gezielt vergleichen.





CASE

SPEED U UP 

CHIEMGAU GMBH

PRAXISBEISPIEL CHIEMGAU

AUSGANGSLAGE

- Tourismusregion zwischen Chiemsee Alpenland und Berchtesgaden
- Breites Ganzjahresangebot mit Bergbahnen, Wandern, Rad, Familie, Wasser, Kultur, Kulinarik und Winter
- Zentrale digitale Plattform für die Orte der Region, Ausflugsziele, Touren, Veranstaltungen und touristische Partner
- Herausforderung: vielfältige Angebote und Partnerdaten so strukturieren, dass sie bei Google und in KI-Antworten klar auffindbar und richtig eingeordnet werden



PRAXISBEISPIEL CHIEMGAU

Wie haben wir angefangen, was war der Ausgangspunkt?

→ Nach SEO-Optimierung: Weitere Ausrichtung des Contents

Was haben wir gemacht?

→ Optimierung unserer Winterseiten für Google AI Overviews & KI-Chats

Warum ist das auch für unsere Bergbahnen wichtig?

→ KI-Sichtbarkeit entsteht nicht auf einer einzelnen Seite, sondern im Zusammenspiel aus Website, Destination, Partnerdaten, Bewertungen und externen Quellen.



PART II

SPEED U UP 

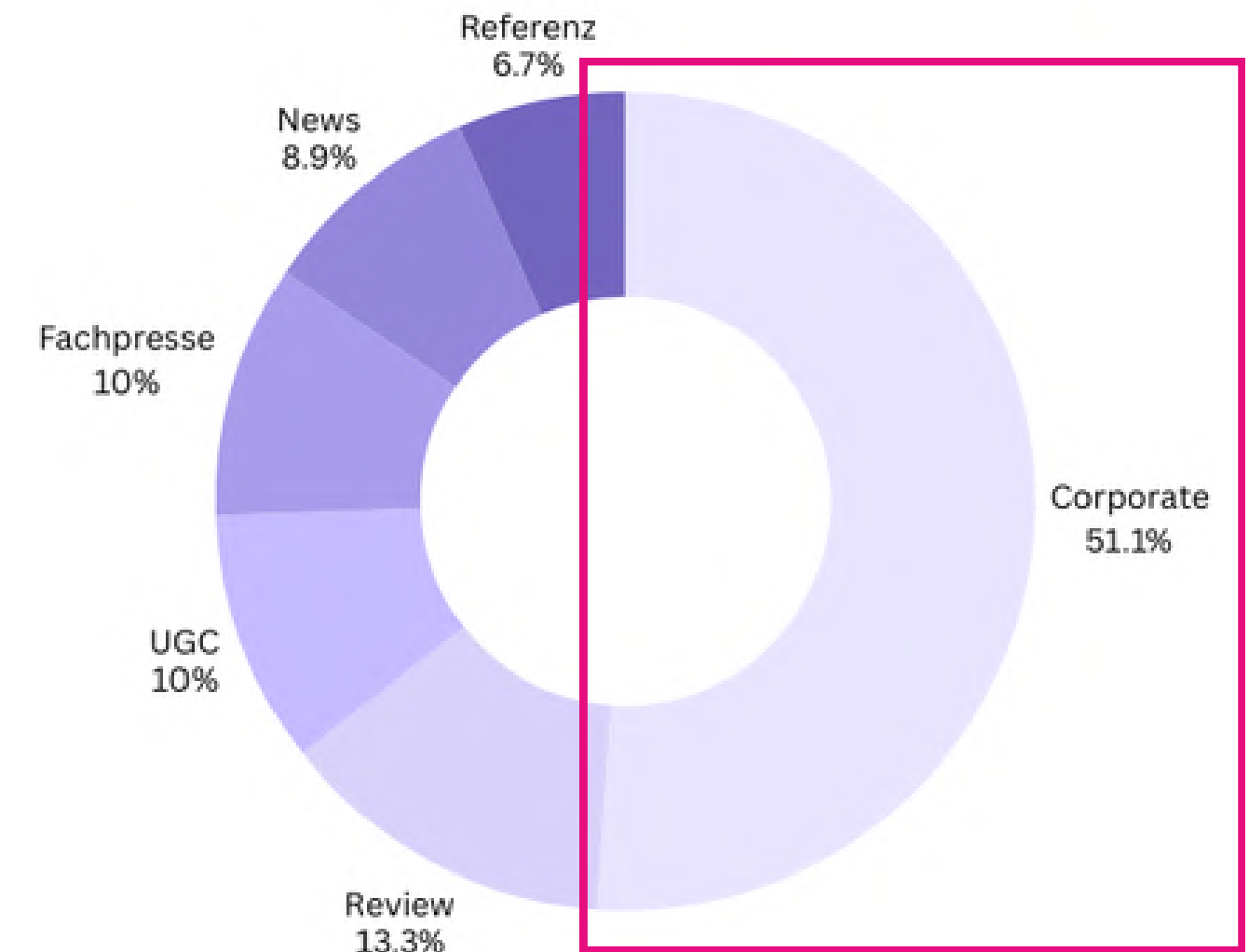
GEO-OPTIMIERUNG

WELCHE FORM VON CONTENT WIRD ZITIERT?

➤ OWNED CONTENT (CORPORATE)

bleibt das Fundament

- offizielle Bergbahn-Website (Betriebszeiten, Live-Status, Preise/Tickets, Sommer- und Winterangebot, Gastronomie am Berg, ...)
- Google / Bing Unternehmensprofil
- Blogartikel
- Wander- & Ausflugstipps
- Eventkalender
- FAQ-Seiten

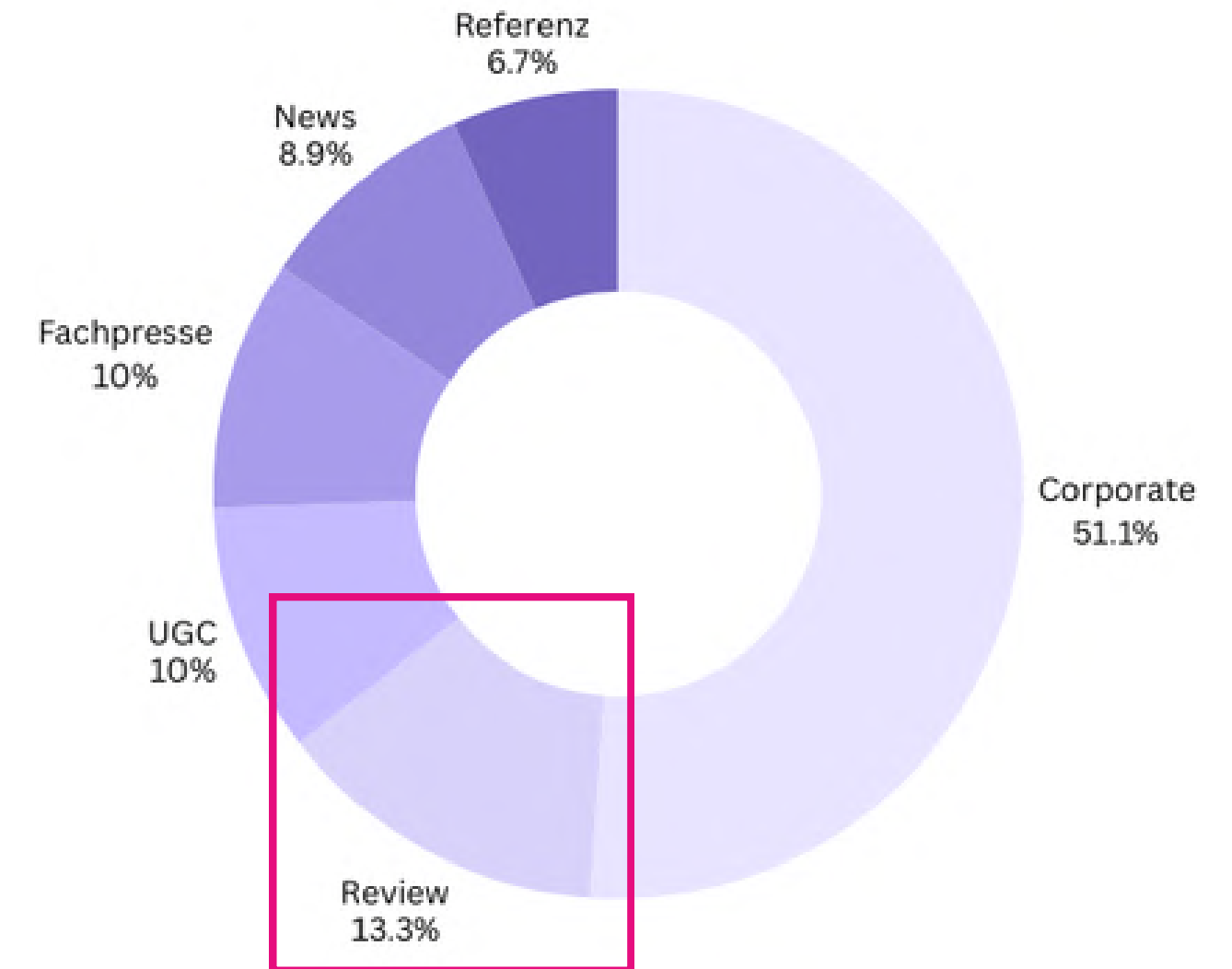


WELCHE FORM VON CONTENT WIRD ZITIERT?

➤ REVIEWS & BEWERTUNGEN

sind wichtiger denn je

- Google Reviews
- Tripadvisor
- Hotelbewertungen
- Restaurantbewertungen
- Outdoor-/Skiportale
- Erfahrungsberichte

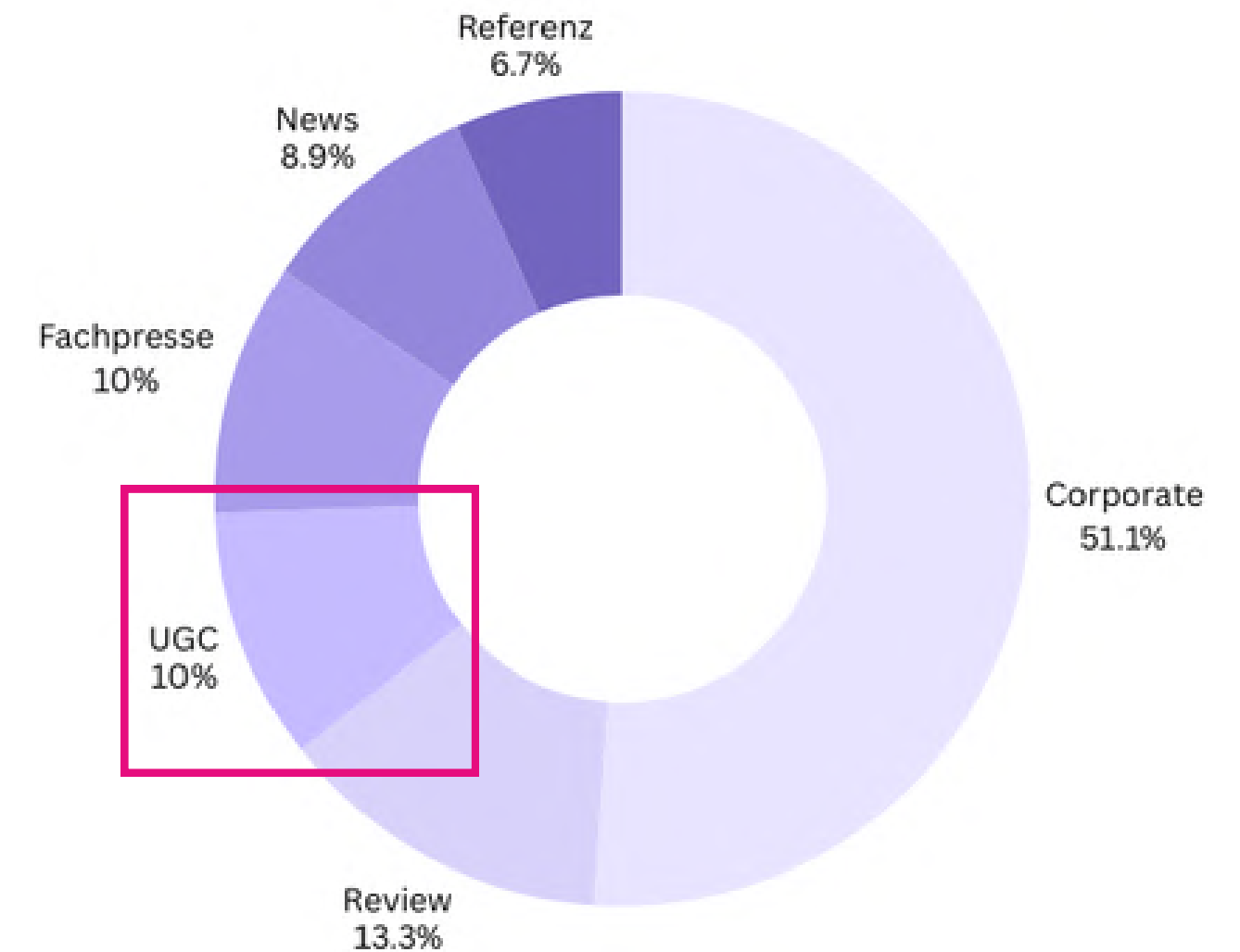


WELCHE FORM VON CONTENT WIRD ZITIERT?

➤ USER-GENERATED CONTENT (UGC)

darf nicht vernachlässigt werden

- Instagram-Reels von Gästen
- TikToks aus der Region
- Reise-Vlogs
- Community-Posts auf Reddit

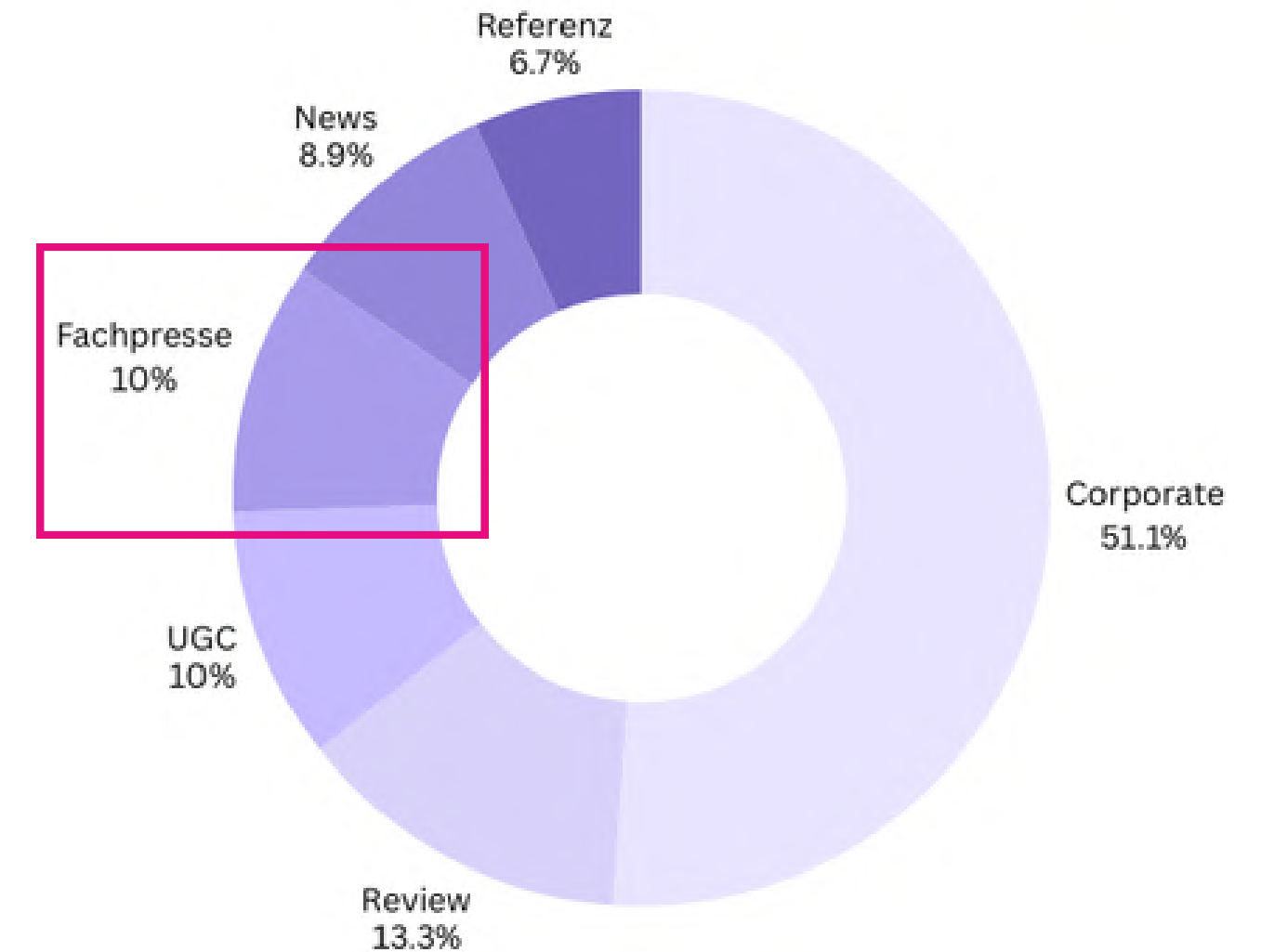


WELCHE FORM VON CONTENT WIRD ZITIERT?

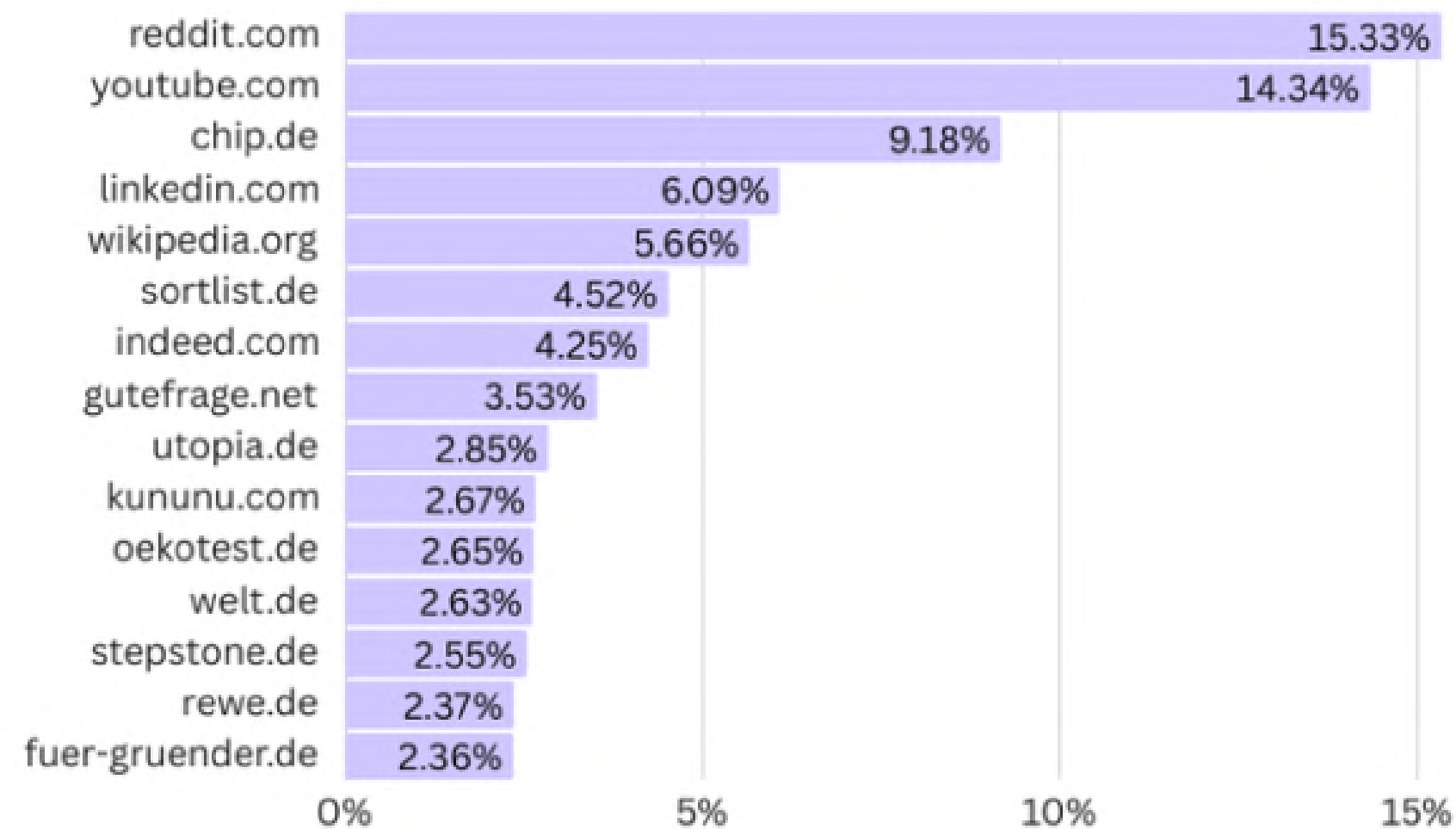
➤ FACHPRESSE

zeigt in deiner Nische Präsenz

- Reisemagazine
- Rankings
- Presseberichte
- Blogger- & Medienfeatures
 - Erlebnisbericht über die Bergbahn-Gegend
 - Podcast-Feature zu Event oder Besonderheit



WELCHE PLATTFORMEN BEVORZUGEN KIS ALS QUELLE?



**Authentische Erfahrungen
von Menschen sind gefragt!**

> 35 % DER ZITIERTEN ANTWORTEN AUS SOCIAL-MEDIA-INHALTEN

➤ AUF REDDIT KÖNNEN NUTZER:INNEN:

- Echte Erfahrungen teilen
- Empfehlungen austauschen
- Fragen stellen & beantworten
- Geheimtipps diskutieren
- Ehrliche Meinungen zu Bergbahnen, Aktivitäten oder ggf. Unterkünften geben



r/askswitzerland • vor 10 Monaten



Altitude, cable cars, scenic train rides and top of the mountains with 4 y.o.

Hey everyone!

Planning my Swiss family trip in August 2026 with a 4 years old daughter. New-York-Zurich. Will be renting a small car.

Have lots of places on the list, but the biggest concern is the high altitude for 4 y.o. girl who had never been anywhere near the mountains.

Zermatt, Titlis, Mont Blanc, Jungfrauoch, Pilatus, etc., is it going to be very challenging (high altitude sickness) for a kid to go there on a cable car? Which cable rides have stops at a different altitude level?

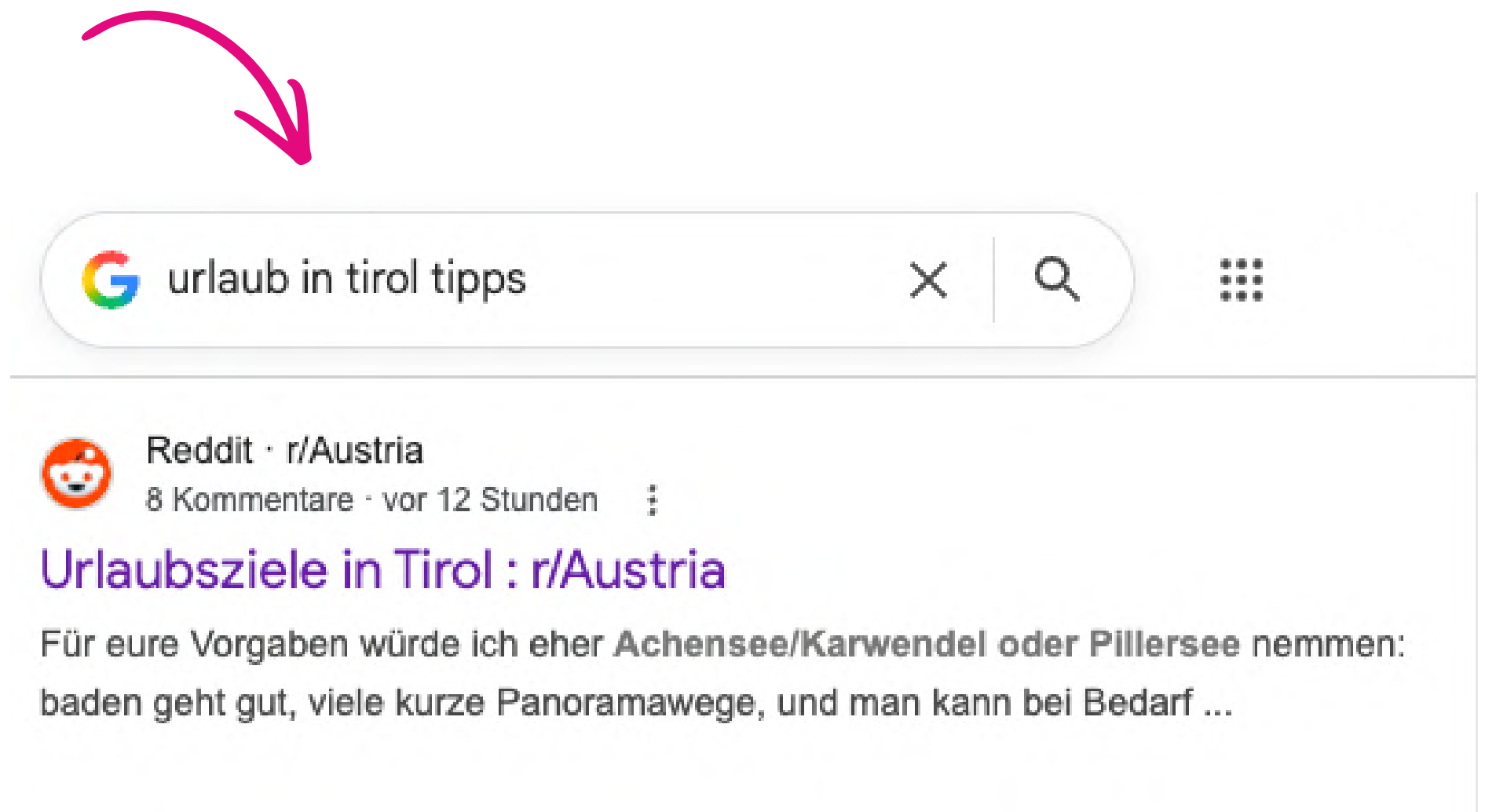
Please recommend some kids friendly and not too crazy summer crowded places and activities like scenic train rides, cable car rides (I guess no more than 2k meters), water/lake cruise, chocolate/cheese farms/factories.

↑ 1 ↓ · 12

> 35 % DER ZITIERTEN ANTWORTEN AUS SOCIAL-MEDIA-INHALTEN

➤ REDDIT RANKT MITTLERWEILE AUCH AUF GOOGLE

- Obwohl der Inhalt sehr neu ist, erscheint er bereits in den Suchergebnissen.
- D.h. nicht nur GEO, sondern auch für SEO sind echte Community-Erfahrungen und Meinungen der Nutzer:innen zunehmend relevant.



> 35 % DER ZITIERTEN ANTWORTEN AUS SOCIAL-MEDIA-INHALTEN

➤ YOUTUBE IST STARK FÜR NUTZER:INNEN

- YouTube rankt stark auf Google
- Hohe Relevanz für Suchanfragen & Tutorials
- Creator:innen gelten oft als authentische Erfahrungsquellen
- KI-Systeme nutzen Inhalte, Titel, Beschreibungen und Transkripte zur Informationsgewinnung
- Reise-Vlogs & Erfahrungsberichte besonders beliebt



Ein Tag auf der Zugspitze - Rundfahrt mit der Zahnradbahn und Seilbahn
1116 Aufrufe • vor 4 Jahren

 Max von Bergen

Die Zugspitze. Das Gebiet Garmisch-Classic. Und der Panoramaberg Wank: Keine andere Region Deutschlands bietet so viele ...

4K

2:48

> 35 % DER ZITIERTEN ANTWORTEN AUS SOCIAL-MEDIA-INHALTEN

➤ LINKEDIN ALS QUELLE FÜR EXPERTISE & TRENDS

- Nutzer:innen teilen aktuelle Branchenmeinungen, Studien, Trends, Insights und Best Practices
- KI-Systeme nutzen Inhalte von Expert:innen, Unternehmen und Fachmedien
- Besonders relevant für B2B-, Strategie- und Zukunftsthemen
- Bergbahnen können sich hier positionieren zu bspw. nachhaltigem Tourismus, Overtourism, Kooperationen, ...

 KitzSki - Bergbahn AG Kitz... [+ Folgen](#) 
4 Woche(n) • 

KitzSki wurde von Leitbetriebe Austria erfolgreich rezertifiziert und zählt damit weiterhin zu den ausgezeichneten Leitbetrieben Österreichs.

Die Rezertifizierung bestätigt unseren konsequenten Weg: wirtschaftlichen Erfolg mit Verantwortung für die Region, die Umwelt und kommende Generationen zu verbinden. Dafür investieren wir laufend in nachhaltige Infrastruktur, innovative Technologien, Digitalisierung sowie in die Ausbildung und Entwicklung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wir freuen uns über diese Anerkennung und sehen sie zugleich als Auftrag, unsere Vorbildrolle mit Weitblick und Engagement weiterzuführen.

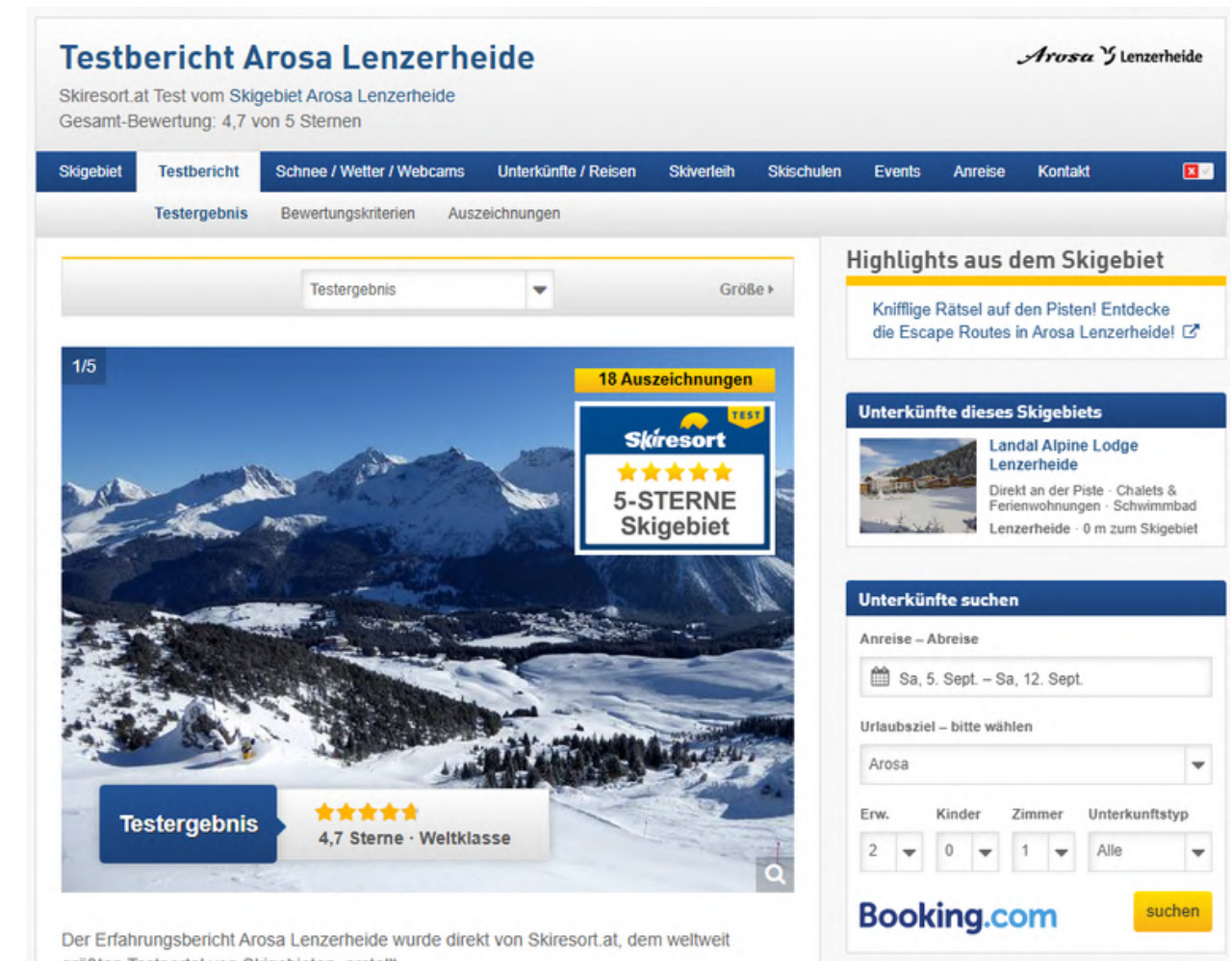
[#KitzSki](#) [#LeitbetriebeAustria](#) [#Rezertifizierung](#)
[#Nachhaltigkeit](#) [#Innovation](#) [#RegionaleVerantwortung](#)
[#Kitzbühel](#)



KIS ZITIEREN FÜHRENDE REVIEW- & TESTPLATTFORMEN

➤ SPIEGELN NUTZERZUFRIEDENHEIT WIDER

- Echte Erfahrungswerte und Bewertungen
- Vertrauenswürdige Social-Proof- und Qualitätssignale
- z.B. Skiresort, Tripadvisor



KIS ZITIEREN FÜHRENDE REVIEW- & TESTPLATTFORMEN

➤ BOOKING.COM

Empfohlene Reiseziele für 5-Sterne-Hotels

Inspiration für Ihre Reise – finden Sie ein 5-Sterne-Hotel



Kitzbühel
4 5-Sterne-Hotels



Ischgl
4 5-Sterne-Hotels



Seefeld in Tirol
3 5-Sterne-Hotels

Die besten 5-Sterne-Hotels in Tirol

Wir empfehlen diese tollen 5-Sterne-Hotels in der Region Tirol

➤ TRIPADVISOR



tripadvisor.at

<https://www.tripadvisor.at> > ... > Tirol

DIE 10 BESTEN Hotels in Tirol 2026 - Tripadvisor



Hotel Das Innsbruck
4.4/5.0 ★ (2161) · €€



Stage 12 - Hotel by Penz
4.3/5.0 ★ (379) · €€



aja Fürstenhaus am Achensee
4.3/5.0 ★ (680) · €€

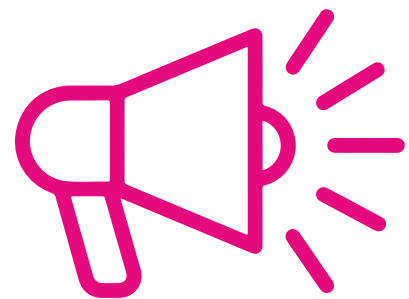


Hotel Mondschein
4.3/5.0 ★ (1018) · €€

MESSUNG: PROMPT-TRACKING & KPIS

Sichtbarkeit ist nicht mehr nur die Platzierung in organischen Suchergebnissen (alt), sondern nun auch die Präsenz in Instant-Antworten in KI-Tools (neu).

MESSUNG / NEUE KPIS:



Erwähnungen



Sentiment



Zitationen (direkt mit Website-Link
vs. indirekt über Drittanbieter-Link)



ggf. Aktualität

MESSUNG: PROMPT-TRACKING & KPIS

Preise & Betriebszeiten (Hochzeiger Bergbahn)

Erwähnung

- **Öffnungszeiten:** Die Gondelbahn fährt von Mai bis Mitte Oktober täglich durchgehend von 09:00 bis 17:00 Uhr. Der Eintritt in den ZirbenPark selbst ist kostenlos (im Liftticket enthalten).
- **Ticketpreise (Berg- & Talfahrt):** Erwachsene zahlen 29,00 Euro, Kinder (Jahrgänge 2011–2019) zahlen 13,00 Euro. Jüngere Kinder fahren gratis.
- **Spar-Tipp:** Wenn ihr in der Region übernachtet, bekommt ihr bei Partnerbetrieben die [Pitztal Sommer Card](#), mit der die Bergbahnfahrt komplett kostenlos ist.  Hochzeiger Bergbah... +3

Direktes Zitat

Schlechtwetter-Alternative im Tal

Sollte das Wetter am Berg umschlagen, lohnt sich das [Tiroler Steinbockzentrum](#) in St. Leonhard. Dort gibt es ein echtes Tiergehege, eine interaktive Ausstellung und einen tollen Wasserspielplatz im Außenbereich.  Tirol.ch +2

Sentiment

MESSUNG: PROMPT-TRACKING & KPIS

➤ SENTIMENT ERSCHEINT IN KI-CHATS U.A.

- in Pro- & Contra-Listen
- bei Empfehlungen oder Warnungen
- bei Zusammenfassungen von Bewertungen & Erfahrungen
- in Rankings oder Vergleichen
- bei der Einschätzung von Qualität, Service oder Preis-Leistung
- in Aussagen über Atmosphäre, Zielgruppe oder Image einer Bergbahn

Innsbruck im Winter für Paare

Vorteile

- Stadt + Berge + Ski kombiniert
- Romantische Altstadt
- Gute Restaurants & Bars
- Mehrere Skigebiete schnell erreichbar
- Gut ohne Auto

Nachteile

- Kein klassisches Skiresort
- Transfers zu Skigebieten nötig
- In Saison recht touristisch

Ideal für

- Paare, die Ski + Citytrip verbinden wollen
- 3–5 Tage Winterurlaub
- Essen, Wellness & Spaziergänge statt nur Ski

Weniger ideal für

- Ski-in/Ski-out Luxusurlaub
- Sehr ruhige Chalet-Atmosphäre





SEO-/GEO- OPTIMIERUNGS FAKTOREN

ZUGRIFF + VERSTÄNDNIS DURCH KIS

Kann KI auf die Inhalte zugreifen?

KI-Systeme müssen **Zugang** zum Inhalt haben

→ HTML statt JavaScript

→ Bots nicht durch robots.txt sperren

Kann KI den Inhalt verstehen?

Strukturierte Daten helfen Suchmaschinen und KI-Systemen, Kontext, Entitäten und Beziehungen eindeutig zu verstehen.

→ machen Informationen maschinenlesbar und klar interpretierbar

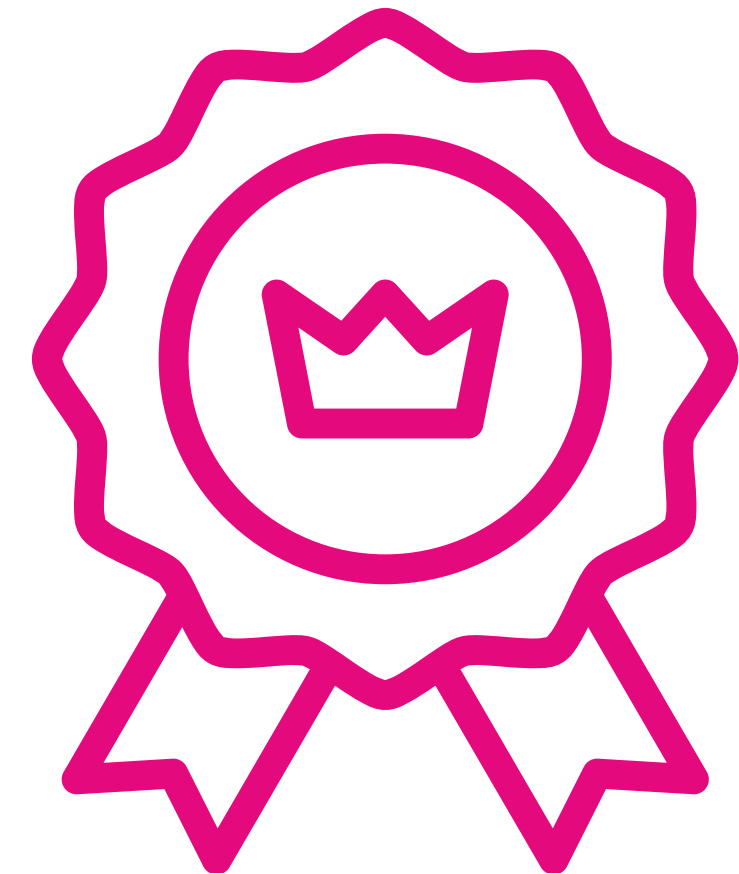
→ verbessern Auffindbarkeit, Einordnung und Darstellung in Suchergebnissen

IST DER MARKENAUFTRITT ÜBER ALLE KANÄLE EINHEITLICH?

➤ KONSISTENTER MARKENAUFTRITT

Über alle relevanten Social-Media-Kanäle und Owned Content (Website, Blog, Google Unternehmensprofil etc.) muss eindeutig und einheitlich vermittelt werden:

- Wofür die Marke / Bergbahn steht
- Name, Standort und Kontaktdaten
- Welche Themen & Schwerpunkte relevant sind
- Angebot, Leistungen und Besonderheiten
- Werte, Expertise und Alleinstellungsmerkmale



IST DER INHALT ZITIERFÄHIG?

➤ KLARE CONTENT-STRUKTUR

Ist zugleich gut für Nutzer:innen, Suchmaschinen + KI-Systeme

- Datum bei aktuellen Themen
- Autor:innen-Vermerk für Autorität
- Zwischenüberschriften
- Direkte & konkrete Antworten
- Listen, kurze Absätze = "Skimbarer" Content
- "Das Wichtigste auf einen Blick"
- Interne Verlinkungen

 KAISER  LODGE

DE [BUCHEN](#)

Die Kaiserlodge bietet Raum für Rückzug und Erlebnisse
– durchdachte Wohlfühlkonzepte und Services für alle
Generationen.

Inmitten der Natur. Ein Ort für alle Sinne. Besondere Momente zum Genießen und Teilen.
Ein Zufluchtsort mit Heimatgefühl.

Exklusiv entspannen & genießen

- | | |
|--|--|
|  Adults-only Spa für ruhige Momente der Erholung & Aktivprogramm |  Rooftop Spa für die ganze Familie mit Blick auf das Kaisergebirge |
|  Suiten mit privatem Seezugang oder eigener Sauna |  Kinderbetreuung ab 2 Jahren im liebevollen Kids.Club |
|  Hauseigenes À-la-carte-Restaurant Kaisers Deli – regional, raffiniert, überraschend |  Ski- & Wanderverleih für naturverliebte Abenteurer |
|  Workshop-Schmiede für kreative Auszeiten |  Privater Naturbadesee direkt vor der Tür |

IST DER INHALT ZITIERFÄHIG?

➤ TIPP: FRAGE-ANTWORT FORMAT

Zwischenüberschriften als Fragen formulieren oder zumindest denken & dann die Antwort kurz & bündig liefern.

z. B. Bei einer Bergbahn in Tirol

- Was macht das Skigebiet XY besonders für Kinder geeignet?
- Welche Personen erhalten Rabatt bei den Bergbahntickets?

➤ WICHTIG

Fragen sollen entlang der User Journey und Suchintention agieren.

Auch FAQ-Formate funktionieren hier gut.

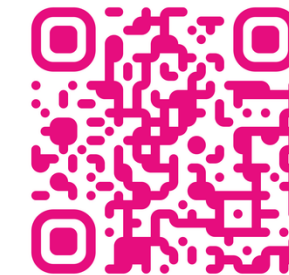
WIE WIRD DIE MARKE WAHRGENOMMEN?

➤ REZENSIONEN + USER GENERATED CONTENT

- Gäste zu Rezensionen animieren! →
- Rezensionen beantworten
 - Positionierung
 - Keyword-Nutzung
 - Aktivitätssignale
- Auf kritische Bewertungen reagieren
- Eigener Hashtag auf Social Media, den Gäste bei Content verwenden können



Teilen Sie Ihre Erfahrung mit uns!



QR-Code scannen

Sterne vergeben und zutreffende Felder anklicken
Schreiben Sie in 2-3 Sätzen, was Ihnen gefallen hat (Fahrt, Aussicht, Familienangebot, Service, Gastronomie, Wander-/Bikeangebot....)
Absenden und anderen Gästen helfen!

Danke für Ihr Feedback!



DIE EIGENE AUSGANGS- SITUATION

**Richtig einschätzen für die nächsten sinnvollen
Schritte, um online besser gefunden zu werden.**



EIGENE AUSGANGSSITUATION EINSCHÄTZEN

SPEED U UP 

↗ WELCHE SEO-FEHLER WEIST DIE WEBSITE AUF?

SEO-Check:

- Technische & on-page Fehler
- Brauche ich Programmier-Hilfe?
- Muss ich Content aktualisieren / besser strukturieren / ergänzen?

↗ WIE SICHTBAR IST DIE MARKE IN DEN SUCHERGEBNISSEN?

Rankings & Positionen zu relevanten Suchanfragen prüfen in organischer Suche & in KI-Antworten.

↗ WERDEN INFORMATIONEN KORREKT IN DEN KIS WIDERGEGEBEN?

Informationen abfragen & prüfen auf korrekte Wiedergabe von Öffnungszeiten, Angeboten, Preisen, Adressdaten & Kontakt usw.



WER SIND MEINE MITBEWERBER?

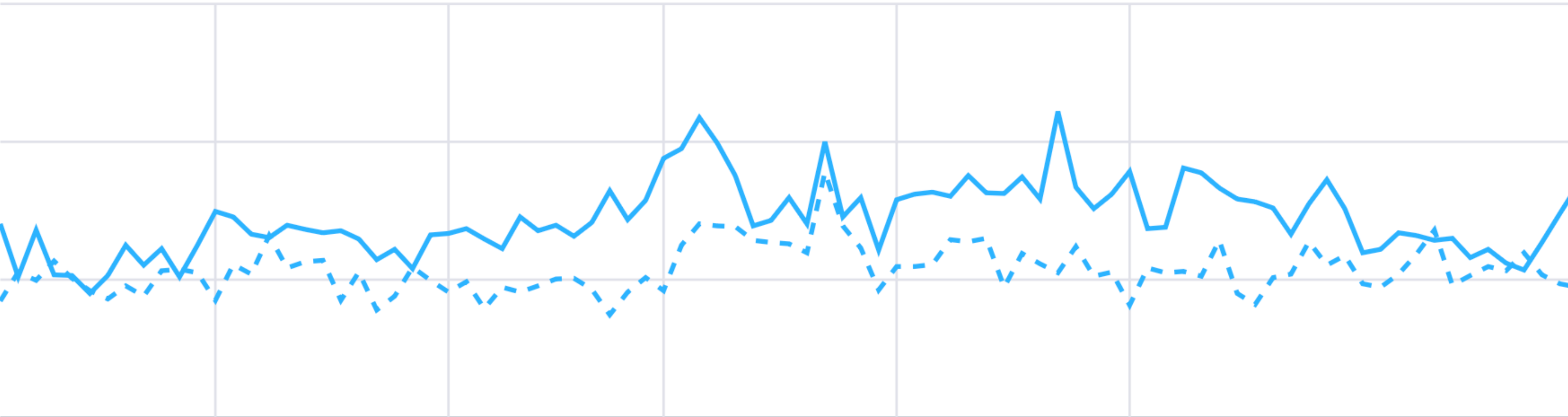
➤ REAL/LOKAL VS. DIGITAL IN DEN SUCHEN

Sind nicht unbedingt die gleichen Mitbewerber

- digital geht es um gleiche Themengebiete & Zielgruppen
- lokal geht es um reale Nähe

z. B. Prompt: „familienfreundlicher Erlebnisberg max. 90 Minuten von München“ → plötzlich konkurriert man nicht nur mit der Nachbarbahn.





PART III

SPEED U UP 

ERFOLGE MESSSEN

PROMPT-TRACKING

➤ WAS IST ES?

- „Monitoring-System“ für KI-Suchen und KI-Antworten.
- Dabei wird regelmäßig überprüft, ob und wie eine Marke in Antworten von KI-Systemen wie ChatGPT, Google AI Mode oder Gemini erscheint.



PROMPT-TRACKING

➤ WIE FUNKTIONIERT ES?

- Mit spezialisierten, kostenpflichtigen Tools
- Zuvor definieren wir **ein relevantes Prompt-Set**
 - je KI-System
 - je Zielmarkt & -sprache

→ **datenbasiert auf konkreten Nutzerfragen oder Suchprompts.**

➤ SO KÖNNEN WIR ANALYSIEREN

- ob die Marke erwähnt wird,
- an welcher Position sie erscheint,
- welche Domains zitiert werden,
- und welche Wettbewerber ebenfalls genannt werden.

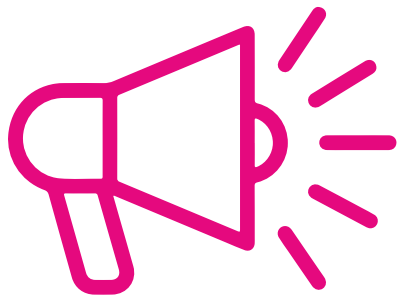
DABEI ENTSTEHEN KPIS WIE



Messbare KI-Sichtbarkeit: So häufig & sichtbar taucht die Marke in KI-Antworten auf



Sentiment: So positiv wird die Marke wahrgenommen & in den Antworten dargestellt



Mentions: Namentliche Erwähnungen der Marke in KI-generierten Antworten



Direkte Zitationen: So oft wird in KI-Antworten die eigene Website zitiert



Position: An dieser Stelle wird die Marke in der KI-Antwort erwähnt



Zeitverlauf: So hat sich die KI-Sichtbarkeit verändert

PROMPT-TRACKING: DATEN STATT RATEN

➤ DATEN, DARUM

- Die Einblicke aus diesen Daten ermöglichen **zielgerichtete & messbare Maßnahmen.**
- So können wir im Wettbewerb um Erwähnungen und Zitationen bei relevanten Prompts sichtbar bleiben.
- Ansonsten ist es nur Raten und man übersieht womöglich wichtige Prompts und Themen und hat zudem um ein Vielfaches mehr Zeitaufwand.

MIT PROMPT-TRACKING KÖNNEN WIR BEANTWORTEN:

- In welchen Topics & Prompts wird die Marke erwähnt oder zitiert?
 - In welchen Topics & Prompts sind unsere Wettbewerber, aber wir noch nicht?
 - Welche Prompts stellen Nutzer mit welchem Volumen, welchem Intent und wie schwierig wird es für uns, in diesen reinzukommen?
 - Wie oft und wie weit am Antwort-Anfang werden wir erwähnt im Vergleich zu Wettbewerbern?
 - Wie positiv wird über die Marke gesprochen (Sentiment)?
 - Was sind die Stärken & Schwächen des Produkts / des Service im Vergleich zu Wettbewerbern?
-

PROMPT-TRACKING: DATEN STATT RATEN

➤ FÜR BERGBAHNEN BEDEUTET DAS

- sichtbar bleiben bei Reise-, Ausflugs- und Empfehlungsanfragen in KI-Systemen
- verstehen, wie über die B gesprochen und gedacht wird
- relevante Themen, Trends und Gästeinteressen früh erkennen
- gezielt Inhalte für häufige Fragen und Suchintentionen optimieren

- Zeit sparen durch datenbasierte Priorisierung statt reines Trial-and-Error
- langfristig stärkere Sichtbarkeit entlang der gesamten Customer Journey

**KLICKS BILDEN SICHTBARKEIT NICHT MEHR VERLÄSSLICH
AB!**



PART IV

SPEED U UP 

WAS TUN, WENN...

DIE KI SPIELT MEINE DATEN FALSCH AUS. WAS TUN?

SPEED U UP 

➤ INFORMATIONEN AUF DER EIGENEN WEBSITE KORRIGIEREN.

- Gibt es veraltete PDF-URLs, die noch immer online sind?
- Sind die Informationen überall auf der Website aktuell und einheitlich?

➤ INFORMATIONEN AUF DRITTANBIETER-SEITEN KORRIGIEREN.

- Sind Kontaktdaten & Informationen zum Angebot korrekt?
- Schwirren veraltete Angebote auf Seiten?

➤ AUF DATEN-AKTUALISIERUNG WARTEN

Wenn die KI die Informationen von veralteten Trainingsdaten zieht, dauert es, bis die neuen, aktuelleren Daten gezogen werden.



WIE STÄRKE ICH DIE PRÄSENZ IN MEINEM NISCHENTHEMA?

SPEED U UP 

↗ RELEVANTE PROMPTS IDENTIFIZIEREN

Was sind relevante Prompts für meine Zielgruppe und meine gezielte Conversion?

↗ WETTBEWERB & EIGENEN CONTENT VERGLEICHEN

Was machen meine erwähnten Mitbewerber anders als ich? Bieten sie eine Liste, FAQs, präzisiere Antworten, mehr Informationen?

↗ EIGENEN CONTENT OPTIMIEREN

Wie kann ich meinen Content zitierfähig aufbereiten und meine USPs deutlich darstellen?



DIE KI KRITISIERT ETWAS VON MIR. WAS TUN?

SPEED U UP 

➤ CHECK: IST ES EINE VALIDE SCHWÄCHE?

Je nachdem: Probleme beheben
oder sich anders positionieren.
Z. B. Familienskigebiet statt
Ruheskigebiet, wenn Kritik "zu voll &
laut."

➤ REZENSIONEN BEANTWORTEN.

KI's zitieren Bewertungen, aber auch
die Antworten. Konsistent, aber nicht
defensiv, Erklärung bieten. Z. B.
Ferienzeiten vs. unter der Woche.

➤ ERKLÄRUNGEN DIREKT AUF DIE WEBSITE SETZEN.

Auf der Website mögliche
Missverständnisse und Kritikpunkte
aufklären & Nutzer:innen abholen.





PART V

SPEED U UP 

ROADMAP

WO STEHE ICH? MEINE PRIO-ROADMAP



STATUS QUO ERFASSEN

TECHNISCHES

- Technisches gefixed
- UX, responsives Design, Ladezeit optimiert
- Webiste-Architektur on Peak
- Strukturierte Daten eingebaut
- Barrierefreiheit erfüllt

CONTENT

- Keyword-/Seiten-Strategie umgesetzt
- Metadaten aktualisiert
- URLs auf Best Practices geprüft
- Linktexte sprechend gestaltet
- Alt-Texte für alle Bilder angeführt

DIGITALE PR

- Google + Bing Unternehmensprofil angelegt
- Rezensionen + Backlinks werden gemanaged
- Social Media Strategie umgesetzt
- Informationen auf externen Seiten aktualisiert
- Kampagnen & Branding aktiv

KI-OPTIMIERUNG

- Prompt-Tracking angelegt
- Informationen korrigiert
- einzelne relevante Seiten optimieren / aktualisiert

**UNSER TIPP:
KOSTENLOSER
SPEED U UP
SEO-QUICK-
CHECK**

JANA HOFMANN

SEO/GEO Expertin

Seit > 6 Jahren für
organische Sichtbarkeit.



FABIAN LECHNER

GF

Alle Zusammenhänge
digitaler Datenstrategien im
Blick.

JETZT KOSTENLOSE BERATUNG VEREINBAREN

KONTAKT
SPEED U UP



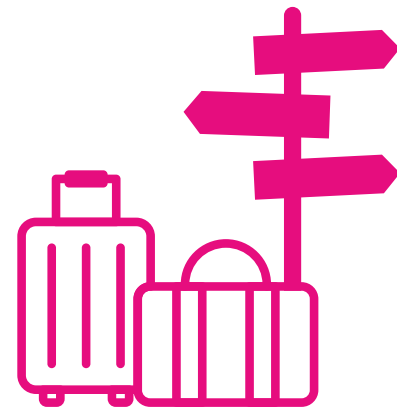
Leistungsmerkmal	SEO-QUICK-CHECK	SEO-ANALYSE	SEO-GEO-ANALYSE
SEO-relevante KPIs	Ausschnitt	Komplett	Komplett
OnPage SEO & Technik	✓	✓	✓
Handlungsbedarf & nächste Schritte	Ausschnitt	Komplett	Komplett
PDF-Bericht	✓	✓	✓
OffPage SEO	×	✓	✓
Organische Sichtbarkeit	×	✓	✓
Keyword-Entwicklung	×	✓	✓
Vollständige Roadmap & Prioritätenliste	×	✓	✓
Workshop	×	✓	✓
GEO / KI-KPIs	×	×	✓
KI-Sichtbarkeit	×	×	✓
Sentiment-Analyse	×	×	✓
Individuelles Prompt-Set	×	×	✓
KI-Lesbarkeit der Website	×	×	✓

EINE GUTE ANALYSE IST DIE HALBE MIETE!

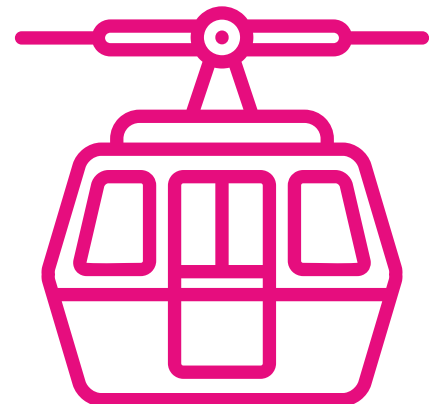
Speed U Up Analysepakete für SEO & GEO



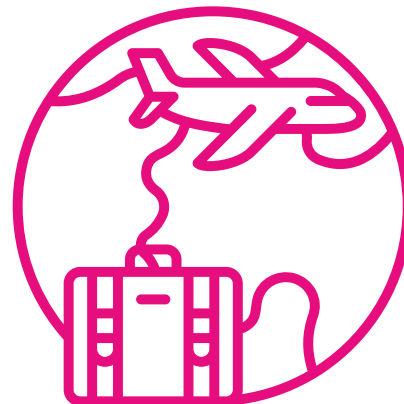
**Hotels und
Reiseveranstalter**



Freizeitindustrie



**Skigebiete und
Seilbahnbetriebe**



**Destinationen und
Tourismusverbände**

MARKETING IM TOURISMUS

Wir sind eine Agentur spezialisiert auf digitales Marketing im Tourismus und verbinden Strategie, Content/Kreation und Performance (SEO/SEA, Social, Display) aus einer Hand.

Wir optimieren Landingpages und Conversion-Funnels, unterstützen bei Commerce-Setups sowie Automatisierungen.

Dabei arbeiten wir KPI-basiert und kombinieren datengetriebene Media mit klarer Kreation für messbare Ergebnisse.

SERVICES

SPEED U UP 

BERATUNG

Strategie- und Geschäftsentwicklung
Zielgruppen- und Konkurrenzanalysen
Media Consulting & -Buying, E-Commerce

CONTENT STUDIO

Content Produktion und Distribution
Social Media, Storytelling, Blog
Video, Animationen

DATA & CONTROLLING

Umfassende Datenerhebung & Analyse
Echtzeit-Dashboards zur laufenden
KPI-Überwachung, Controlling & Opt.
für maximale Kampagnenperformance

E-COMMERCE

Customer Experience Analyse /
Shoanalyse, Lead- & Conversion-
kampagnen zur gezielten Absatz-
und Wertschöpfungssteigerung

PERFORMANCE

Data Driven, Programmatic
Advertising, CRM, Smart Data, SEA /
SEO, Newsletter

TECHNOLOGIE

Sprachassistenten, Alexa Skills,
Semantische Annotation,
Datenbanken, Schnittstellen
App- und Web-Entwicklung

MEDIA

Suchmaschinen (Google, Bing), Social
Media (FB, IG, TikTok, LinkedIn), OOH-
Audio, Programmatic, Video, Digital TV,
Print, TV, Offline Massnahmen, E-Mail,
Special Interest uvm.

360-GRAD-KAMPAGNEN

Strategieentwicklung und
Mediaplanung, Konzeption &
Umsetzung von Kampagnen entlang
der gesamten Customer Journey



**DIGITAL VIDEO
DISPLAY, MOBILE**
Programmatic



DOOH, OOH



SOCIAL MEDIA
META, TikTok,
LinkedIn etc.



TV
Öffentlich-Rechtlich
oder Privat



**INFLUENCER
MARKETING**
Lokal & National



PRINT



AUDIO
Radio & Digital Audio



BRIXEN
—

graubünden



Flims Laax Falera

Gastein



AAS Airline Assistance
Switzerland

PITZTAL



DANKE!

SPEED U UP

