KI-SICHTBARKEITSINDEX HOTELLERIE DACH · AUSGABE NOVEMBER 2026 · SCHWEIZ

Heute empfohlen, morgen vergessen: Wer ChatGPT & Co. zweimal fragt, bekommt andere Hotels

Bei Gemini und Copilot überschneiden sich die genannten Hotels von einem Tag auf den nächsten nur zu einem Drittel. Die Website von Schweiz Tourismus ist in fast jeder vierten Schweiz-Antwort als Quelle verlinkt.

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

- **ChatGPT ist am beständigsten.** Von einem Tag auf den nächsten ist die Hälfte der genannten Hotels dieselbe (50 Prozent Überschneidung), bei Google AI Overview 38, bei Gemini und Copilot 33 Prozent.
- **myswitzerland.com ist die Leitquelle.** Die Seite steht in 1.549 von 6.699 Schweiz-Antworten als Quelle, das sind 23 Prozent. austria.info kommt in Österreich auf 4 Prozent, germany.travel in Deutschland auf 4 von 7.599 Antworten.
- **Die sichtbarsten Häuser** sind The Chedi Andermatt (14,9 Prozent der schweizweiten Antworten), das Bürgenstock Hotel & Alpine Spa (14,3) und das Grand Resort Bad Ragaz (13,8).
- **Ketten liegen auf ihrem Marktanteil.** Sie erhalten 12,1 Prozent der Hotelnennungen in der Schweiz und stellen laut Horwath HTL 11,4 Prozent der Betriebe. In Deutschland ist ihr Anteil an den Nennungen doppelt so hoch wie im Markt.
- **Jedes Modell hat eigene Favoriten.** 9,5 Prozent der genannten Hotels kommen in allen vier Modellen vor, 47,6 Prozent nur in einem.

Spremberg, 26. November 2026. Wer ein Hotel sucht, fragt zunehmend auch ChatGPT und Co. Welche Häuser dort genannt werden, misst die PR-Analytics-Plattform aclipp ab sofort laufend im KI-Sichtbarkeitsindex Hotellerie DACH. Für die erste Ausgabe hat aclipp zwischen dem 3. und dem 23. November an acht Messtagen dieselben 693 Fragen zu Hotels in Deutschland, Österreich und der Schweiz an ChatGPT, Microsoft Copilot, Google Gemini und Google AI Overview gestellt, davon 253 zur Schweiz. Die 20.687 Antworten mit 95.485 Hotelnennungen zeigen: Welche Hotels eine KI empfiehlt, ändert sich von Tag zu Tag. Ein einzelner Blick in ChatGPT sagt deshalb wenig darüber, wie sichtbar ein Haus wirklich ist.

Eine einzelne Abfrage ist eine Momentaufnahme

Vom 18. bis 23. November hat aclipp jede Frage täglich gestellt, um zu sehen, wie beständig die Antworten sind. Gemessen wurde, welcher Anteil aller an zwei Tagen genannten Hotels an beiden Tagen vorkommt. Bei ChatGPT ist es rund die Hälfte, bei Gemini und Copilot ein Drittel. Mit wachsendem Abstand sinkt der Wert weiter, am deutlichsten bei Google AI Overview: von 38 Prozent nach einem Tag auf 28 Prozent nach ein bis zwei Wochen (Grafik 1).

KI-Modell	1 Tag Abstand	8 bis 13 Tage Abstand	Folgetag ohne gemeinsames Hotel
ChatGPT	50 %	47 %	4 %
Google AI Overview	38 %	28 %	15 %
Gemini	33 %	30 %	25 %
Copilot	33 %	30 %	18 %

Überschneidung der genannten Hotels bei derselben Frage an zwei Messtagen (Jaccard-Index), Mittel über 2.158 bis 6.835 Fragenpaare je Wert. Quelle: aclipp

„Wer einmal in ChatGPT nachsieht, ob das eigene Hotel genannt wird, sieht eine Momentaufnahme", sagt Sascha Kirstein, Gründer und CEO von aclipp. „Ob ein Haus in KI-Antworten wirklich sichtbar ist, zeigt erst die wiederholte Messung über viele Tage und über mehrere Modelle."

myswitzerland.com ist die Leitquelle der KI

Keine andere Website prägt die Antworten eines Landes so stark wie die von Schweiz Tourismus. myswitzerland.com ist in 23 Prozent aller Schweiz-Antworten als Quelle verlinkt. In Österreich kommt austria.info auf 4 Prozent, in Deutschland spielt germany.travel praktisch keine Rolle (Grafik 4). Daneben stützen sich die Modelle vor allem auf Buchungs- und Bewertungsportale wie Booking.com und Tripadvisor sowie auf Hotelführer wie Falstaff.

„Die Modelle empfehlen, was sie in ihren Quellen finden", sagt Kirstein. „Die Schweiz zeigt, was eine Destination erreichen kann, wenn ihre eigene Website zu einer solchen Quelle wird. In meinen Gesprächen mit Tourismusverbänden auf der Tourism Fast Forward war das Thema dagegen kaum präsent. Für Hotels wie für Regionen ist Sichtbarkeit in KI-Antworten aktuell keine Frage des Werbebudgets, sondern der Positionierung: Wofür stehen sie, und steht das dort, wo die Modelle recherchieren?"

Diese Häuser zählen in der Schweiz zu den sichtbarsten

Bei schweizweiten Fragen, etwa nach dem besten Wellnesshotel der Schweiz, nennen alle vier Modelle immer wieder dieselben Häuser an der Spitze. The Chedi Andermatt, das Bürgenstock Hotel & Alpine Spa und das Grand Resort Bad Ragaz liegen dabei dicht beieinander (Grafik 8). Anders als in Deutschland sind Ketten in der Schweiz nicht überrepräsentiert: Ihr Anteil an den Nennungen entspricht etwa ihrem Anteil an den Betrieben (Grafik 3).

Hotel	Ort	Sichtbarkeit
The Chedi Andermatt	Andermatt	14,9 %
Bürgenstock Hotel & Alpine Spa	Bürgenstock	14,3 %
Grand Resort Bad Ragaz	Bad Ragaz	13,8 %
The Dolder Grand	Zürich	9,0 %
Park Hotel Vitznau	Vitznau	8,3 %

Sichtbarkeit: Anteil der Antworten auf schweizweite Fragen, in denen das Haus genannt wird, gemittelt über die vier Modelle. Google AI Overview erscheint bei diesen Fragen seltener (71 Antworten, bei den anderen Modellen 287 bis 288), deshalb zählt jedes Modell gleich. Quelle: aclipp

Methodik

- **Erhebung:** aclipp KI-Sichtbarkeitsindex Hotellerie DACH, Protokoll hotellerie-dach-v1.1. Jede Frage einzeln in einer neuen Unterhaltung, ohne Folgefragen.
- **Zeitraum:** acht Messtage, 3. und 10. November sowie täglich vom 18. bis 23. November 2026. Seither wöchentlich.

- **Systeme:** vier KI-Modelle: ChatGPT, Microsoft Copilot, Google Gemini und Google AI Overview, abgefragt über die öffentlichen Oberflächen. AI Overview erscheint nicht bei jeder Suche.
- **Fragen:** 693 deutschsprachige Fragen je Messtag (Deutschland 239, Österreich 201, Schweiz 253): landesweit allgemein, nach Thema und nach Reisesituation sowie nach Regionen und Orten.
- **Datenbasis:** 20.687 Antworten, 95.485 Hotelnennungen, 5.589 eindeutig identifizierte Hotels.
- **Auswertung:** Zuordnung der genannten Namen zu Hotels über Kartendaten und Websites. Beständigkeit: Jaccard-Index der je Frage und Modell genannten Hotels zwischen zwei Messtagen. Ranglisten: nur landesweite Fragen, Anteil je Modell, gemittelt über die vier Modelle. Kettenzugehörigkeit nach Marken- und Gruppennamen, Marktanteil der Ketten nach Horwath HTL, Hotels & Chains Report 2025 (Anteil an den Betrieben), Nächtigungen nach Statistik Austria 2025.
- **Grenzen:** 88 Prozent der Nennungen sind einem Hotel zugeordnet, nur diese gehen in die Ranglisten ein. Die Beständigkeit beruht auf den sieben Messtagen ab dem 10. November. Gemessen wird, ob ein Hotel genannt wird, nicht ob es gebucht wird. Ranglistenplätze liegen teils dicht beieinander, Unterschiede unter einem Prozentpunkt sind nicht belastbar.

Grafiken und Daten zur freien Verwendung

Grafik 1 bis 8 und die Daten-Excel mit den Landesranglisten (je 25 Hotels) liegen bei. Abdruck mit Quellenangabe „aclipp“ frei. Den vollständigen Index gibt es unter aclipp.com/de/hotellerie/ki-sichtbarkeitsindex.

Über aclipp

aclipp ist die europäische PR-Analytics-Plattform, mit der Kommunikationsteams und PR-Agenturen belegen, was ihre Arbeit bewirkt: in klassischen Medien und in KI-Antworten. Media Monitoring, AI Visibility (GEO) und Reporting in einem Workspace, entwickelt in Deutschland. Das gründergeführte Unternehmen wurde 2020 gegründet und arbeitet mit über 100 Agenturen und Unternehmen in DACH und Europa. Weitere Informationen: aclipp.com

Pressekontakt

Sascha Kirstein, Gründer und CEO
aclipp GmbH
hello@aclipp.com
aclipp.com/de/press

Sascha Kirstein steht für Interviews und Hintergrundgespräche zur Methodik zur Verfügung.