KI-SICHTBARKEITSINDEX HOTELLERIE DACH · AUSGABE NOVEMBER 2026

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. Nur 9 Prozent der Hotels kommen in allen vier untersuchten KI-Modellen vor.

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.
- **Jede vierte Gemini-Antwort wechselt komplett.** In 25 Prozent der Fälle hat die Antwort auf dieselbe Frage am Folgetag kein einziges Hotel mit der vom Vortag gemeinsam, bei ChatGPT in 4 Prozent.
- **Jedes Modell hat eigene Favoriten.** 9,5 Prozent der genannten Hotels kommen in allen vier Modellen vor, 47,6 Prozent nur in einem.
- **Ketten sind in Deutschland doppelt so sichtbar wie im Markt.** Sie erhalten 21,7 Prozent der Hotelnennungen, stellen aber 10,8 Prozent der Betriebe.
- **Die Schweiz hat eine Leitquelle.** myswitzerland.com steht in 23 Prozent der Schweiz-Antworten, austria.info in 4 Prozent der Österreich-Antworten, germany.travel in 4 von 7.599 Deutschland-Antworten.

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. 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."

Jedes Modell hat eigene Favoriten

Auch zwischen den Modellen gehen die Empfehlungen weit auseinander. Je Messtag nennen die vier Modelle zusammen rund 3.000 bis 3.800 verschiedene Hotels. Im Mittel kommen nur 9,5 Prozent davon in allen vier Modellen vor, 16,8 Prozent in drei und 26,1 Prozent in zwei. Fast die Hälfte, 47,6 Prozent, nennt nur ein einziges Modell (Grafik 2). Wer in ChatGPT gut dasteht, kann in Gemini oder in der Google-Suche fehlen.

Ketten und Tourismusportale prägen, wer genannt wird

In Deutschland entfallen 21,7 Prozent aller Hotelnennungen auf Kettenhäuser, obwohl Ketten laut Horwath HTL nur 10,8 Prozent der Betriebe stellen. In Österreich ist das Verhältnis ähnlich (10,6 zu 4,6 Prozent), in der Schweiz liegen Ketten mit 12,1 zu 11,4 Prozent etwa auf ihrem Marktanteil (Grafik 3). Verglichen wird mit dem Anteil an den Betrieben, nicht an den Zimmern, weil eine KI ein Haus einmal nennt, unabhängig von seiner Größe.

Wie stark einzelne Quellen die Antworten prägen, zeigt der Blick auf die zitierten Websites. Die Schweizer Tourismusorganisation ist mit myswitzerland.com in 23 Prozent aller Schweiz-Antworten als Quelle verlinkt. austria.info kommt in Österreich auf 4 Prozent, germany.travel in Deutschland auf 4 von 7.599 Antworten (Grafik 4). Häufigste Hotelquellen über alle Länder sind Buchungs- und Bewertungsportale wie Booking.com und Tripadvisor sowie Hotelführer wie Falstaff und der Guide Michelin.

„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 KI-Antworten zu den sichtbarsten

Bei landesweiten Fragen, etwa nach dem besten Wellnesshotel in Österreich, nennen alle vier Modelle immer wieder dieselben Häuser an der Spitze. In Deutschland zählen Schloss Elmau, das Hotel Bareiss in Baiersbronn und Brenners Park-Hotel & Spa in Baden-Baden zu den sichtbarsten Hotels, in Österreich DAS EDELWEISS Salzburg Mountain Resort in Großarl, Rosewood Schloss Fuschl und DAS.GOLDBERG in Bad Hofgastein, in der Schweiz The Chedi Andermatt, das Bürgenstock Hotel & Alpine Spa und das Grand Resort Bad Ragaz (Grafiken 5, 6 und 8).

Land	Hotel	Ort	Sichtbarkeit
Deutschland	Schloss Elmau	Elmau	13,5 %
	Hotel Bareiss	Baiersbronn	13,2 %
	Brenners Park-Hotel & Spa	Baden-Baden	8,9 %
Österreich	DAS EDELWEISS Salzburg Mountain Resort	Großarl	14,7 %
	Rosewood Schloss Fuschl	Hof bei Salzburg	8,1 %
	DAS.GOLDBERG	Bad Hofgastein	7,2 %
Schweiz	The Chedi Andermatt	Andermatt	14,9 %
	Bürgenstock Hotel & Alpine Spa	Bürgenstock	14,3 %
	Grand Resort Bad Ragaz	Bad Ragaz	13,8 %

Sichtbarkeit: Anteil der Antworten auf landesweite Fragen, in denen das Haus genannt wird, gemittelt über die vier Modelle. Basis je Land und Modell 71 bis 288 Antworten. Quelle: aclipp

In Österreich fällt die Verteilung auf die Bundesländer auf. Hotels in Salzburg erhalten 28,1 Prozent der Nennungen bei österreichweiten Fragen, das Land hat aber nur 19,6 Prozent der Nächtigungen. Tirol, mit 31,8 Prozent der Nächtigungen das größte Tourismusland, kommt auf 26,7 Prozent der Nennungen (Grafik 7).

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, bei ChatGPT ersatzweise über die Schnittstelle von OpenAI. 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, an den täglichen Messtagen rund 86 Prozent. Nicht zugeordnete Nennungen gehen in keine Rangliste ein. Der erste Messtag bleibt bei der Beständigkeit außen vor, weil Copilot dort deutlich anders antwortete. 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.