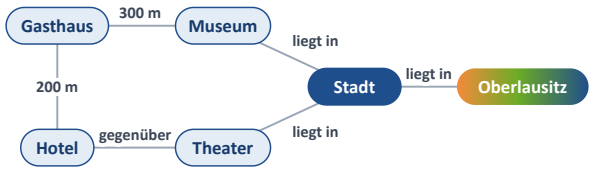
Der Knowledge Graph der Oberlausitz

Wenn Gäste eine KI fragen

Über den Treffern der Google-Suche steht immer öfter eine Antwort, die eine künstliche Intelligenz (KI) geschrieben hat. Auch zur Planung ihres nächsten Urlaubs fragen Menschen inzwischen Chatbots wie ChatGPT: In einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom haben sich 21 Prozent der Befragten im Urlaub schon Restaurants von einer KI vorschlagen lassen. Eine KI kann aber nur weitergeben, was irgendwo im Netz steht - am besten vollständig und gut strukturiert. Antworten auf die wichtigsten Fragen - so wie sich auch Ihre Gäste das wünschen.

Der Knowledge Graph ist ein Netz aus Orten, Angeboten und ihren Beziehungen

Auf Deutsch heißt der Begriff Wissensnetz. Daraus können Suchmaschinen und KI-Dienste ihre Antwort schöpfen, wenn jemand fragt. Oft kommt die Frage, wer so ein Netz programmiert. Es programmiert sich gewissermaßen selbst: Es entsteht, indem wir alle die Angaben veröffentlichen, aus denen sich ablesen lässt, wie die Dinge zusammenhängen.



Vereinfachtes Beispiel: Jede Linie ist eine Angabe im Netz.

Fünf Schritte für Ihre Website und Ihre Einträge

1. **„Türschild-Angaben“ auf die Startseite setzen**
Wer Sie sind, was Sie anbieten, wann geöffnet ist und was es kostet: Das sind Angaben, die Gäste ohnehin brauchen und erwarten. Stehen sie sichtbar im Text, können Gäste und KI-Dienste sie lesen. Ein Datum zeigt, wann Sie diese Angaben zuletzt geprüft und aktualisiert haben.

2. **Nachbarschaft und Anreise beschreiben**
„Wir liegen in Musterstadt, in der Oberlausitz, 500 Meter zu Fuß vom Museum.“ Das verbindet Sie mit Ihrer Umgebung. Wenn Hotels, Restaurants, Museen, Theater und andere Einrichtungen einander nennen und ihre räumliche Beziehung zueinander beschreiben, ergibt sich für Suchmaschinen und KIs ein Netz an Informationen, aus denen heraus sie Touren und Programmvorschläge für Gäste generieren können. Angaben zu Parkplätzen, Barrierefreiheit und dem Anschluss an öffentliche Verkehrsmittel oder die Autobahn vervollständigen das Bild.

3. **Jedem Angebot eine eigene Seite geben**
Wer beispielsweise nach einer Kutschfahrt fragt, sollte direkt auf der Seite landen, auf der Informationen zu Zeiten, Preis und Buchung stehen. Je detaillierter ein einzelnes Angebot auf seiner eigenen Landingpage beschrieben ist, umso besser.

4. **Den Steckbrief im Code einbauen**
Der Steckbrief (JSON-LD) ist ein Datenblock im Quelltext Ihrer Seite, den Besucher nicht sehen. Suchprogramme lesen in diesem maschinenlesbaren Code Art, Name und Anschrift des konkreten Angebots. Das kann die Sichtbarkeit möglicherweise zusätzlich erhöhen. Wichtig: Alles, was im Code steht, muss auch für Menschen lesbar auf der Seite stehen. Einen passenden Code für Ihre Website generiert beispielsweise kostenfrei das auf dieser Seite verlinkte Tool.

5. **Überall dieselben Angaben verwenden**
Website, Google-Unternehmensprofil (Ihr Eintrag in Google Maps), Adressverzeichnis Ihrer Stadt und Datensatz beim TVO sollten übereinstimmen. Stimmen die Angaben überall überein, gibt es weniger Anlass für falsche oder widersprüchliche Antworten.

Städte und Einrichtungen als Knotenpunkt
Ein Hotel nennt selten das Hotel nebenan. Eine Stadt oder ein Museum kann aber alle Hotels nennen, nach denselben Regeln und ohne Rangfolge. Die Betriebe nennen umgekehrt die touristischen Sehenswürdigkeiten in ihrer Nähe, ihre Stadt und die Region. So wird das Netz vollständiger.

Der GEO-Assistent des TVO prüft Ihre Website kostenlos

Sie geben die Adresse Ihrer Website ein, lassen das Tool laufen und sehen nach wenigen Minuten eine Punktzahl und, Punkt für Punkt, was das Tool auf Ihrer Seite gefunden hat und was nicht. Dazu bekommen Sie Textvorschläge und ein Paket zum Herunterladen mit dem maschinenlesbaren JSON-LD-Code und einer Anleitung, für Sie selbst oder für den Dienstleister, der Ihre Website betreut. Stehen die Änderungen auf Ihrer Website, prüfen Sie noch einmal: Dann steigen die Punkte. Zum Namen des Tools: „GEO“ steht für „Generative Engine Optimization“. Dahinter stecken Maßnahmen, die helfen sollen, in den Antworten der KI häufiger vorzukommen.

geo.oberlausitz.travel

Zur Auswertung gehen die öffentlichen Inhalte Ihrer Website und Ihre freiwilligen Angaben an OpenAI, die Anschrift Ihres Betriebs an Kartendienste auf Grundlage von OpenStreetMap.

Mit dem Handy scannen

Einen Platz in einer KI-Antwort kann niemand garantieren, auch wir nicht, und die Antworten schwanken, auch wenn die Frage gleich gestellt wird. So oder so: Richtige Zeiten und gute Beschreibungen helfen Ihren Gästen in jedem Fall.

polisMEDIA Werkzeug und Handzettel: polisMEDIA, im Auftrag des TVO. **polismedia.de**

Quellen: Bitkom, Wo wird KI zum Reisebegleiter?, 07.08.2026, 1.004 Befragte · Google, Leitfaden zu KI-Funktionen in der Suche.
Tourismusverband Oberlausitz e. V. · www.oberlausitz.com · Stand November 2026