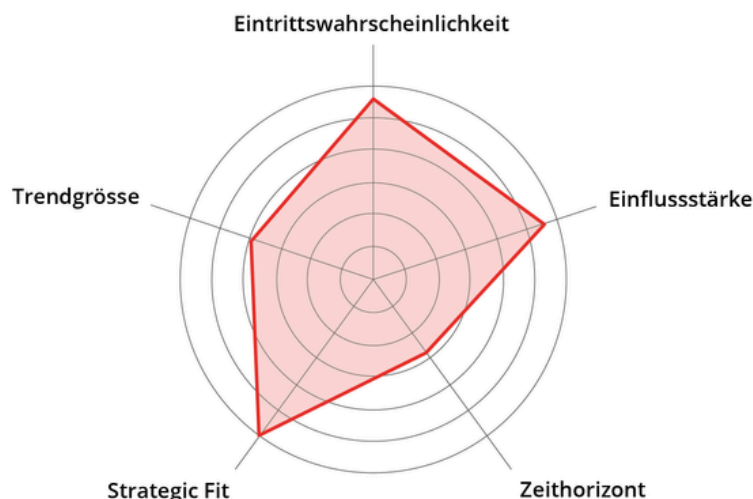


Generative Engine Optimization (GEO)

"Generative Engine Optimization (GEO) eröffnet dem Schweizer Tourismus neue Chancen, um in KI-basierten Such- und Buchungsprozessen sichtbar und relevant zu bleiben."



IN A NUTSHELL

Immer mehr Reisende nutzen KI-basierte Systeme wie ChatGPT, Gemini, Perplexity oder Copilot, um Informationen zu Destinationen, Aktivitäten und Angeboten zu suchen - klassische Suchmaschinen verlieren in Zukunft an Bedeutung. GEO entwickelt sich daher als neue Strategie im Content-Marketing: Inhalte werden so gestaltet und strukturiert, dass sie von Large Language Models (LLM) bevorzugt aufgegriffen und in KI-generierten Antworten angezeigt werden. Für den Schweizer Tourismus eröffnet GEO neue Chancen, um Sichtbarkeit und Relevanz in den sich wandelnden digitalen Such- und Buchungsprozessen zu sichern. GEO wird zum neuen SEO.

RELEVANZ IM TOURISMUS

- Sichtbarkeit/Auffindbarkeit schaffen: Präsenz in KI-Antworten sicherstellen (GEO/LLMO) zusätzlich zu den Google-Rankings (SEO).
- Verändertes Suchverhalten nutzen: Gäste informieren sich zunehmend über Chatbots & KI-Systeme.
- Content zukunftssicher gestalten: Inhalte gezielt für KI-gestützten Suchprozesse aufbereiten.
- GEO/LLMO erweitert das klassische SEO um AI-spezifische Aspekte und erfordert neue Kompetenzen in Content-Erstellung, Datenanalyse und digitales Marketing.

RELEVANTE PLAYER

- Generative KI/LLMs: ChatGPT (OpenAI), Gemini, Perplexity, Copilot, Claude (Anthropic), Meta AI, Deepseek etc.
- Wichtige Quellen für LLMs: Google, Reddit, Wikipedia - SEO bleibt hoch relevant, auch für die Antworten von LLMs. Was für Google wichtig ist, hilft auch für LLMs.