



WEBSEITEN- OPTIMIERUNG FÜR KI-GESTÜTZTE SUCHANFRAGEN



Ausgangssituation

Das Tourismus-Unternehmen von Sven Schaffer ist seit rund 20 Jahren in Hamburg fest verankert. Im Kern stehen anwohnergeführte Rundgänge durch Hamburg und Hafenkantetouren. Ergänzend betreibt das Team einen lokalen Einzelhandel, einen Veranstaltungsort mit Kellersalon, Angebote als Bildungsurlaub-Dienstleister sowie einen Podcast. Der Vertrieb erfolgt über die Website, Partnerhotels und Vorverkaufsstellen der Stadt. Die Abläufe werden schrittweise digitalisiert, um Informationen, Buchungen und Vermarktung effizienter zu gestalten und Rückfragen zu reduzieren.

Herausforderung

Immer mehr Gäste informieren sich über generative Such- und Chat-Systeme statt über klassische Google-Treffer. Viele starten mit unspezifischen „Hamburg“-Anfragen (z. B. Stadtführung), in denen das Unternehmen bisher zu selten genannt oder verlinkt wird. Gleichzeitig zeigen sich Conversion-Probleme: manche

Inhalte erhalten viele Klicks, führen aber kaum zu Buchungen. Häufige Rückfragen (Regen, Gutscheine, Dauer, Mindestalter) deuten auf Hürden hin. Messungen bis zum Buchungsabschluss und klare Ziel-URLs fehlen.

Geplante Lösung

Im Zentrum steht die Weiterentwicklung der Website hin zu einer Quelle, die in generativen Such- und Chat-Systemen zuverlässig gefunden und empfohlen wird. Dafür sollen Inhalte insgesamt klarer, eindeutig zuordenbar und konsistent strukturiert werden, sodass sowohl Informationssuche als auch Buchungsentscheidungen besser unterstützt werden. Der konkrete Zuschnitt der Maßnahmen bleibt bewusst offen und orientiert sich an späteren Erkenntnissen aus Tests und Analysen. Ein mögliches Endziel ist ein kompakter GEO Umsetzungs-Guide mit wiederkehrenden Checks, Content Mustern und klaren Regeln. „GEO“ steht dabei für Generative Engine Optimization (deutsch: Optimierung für generative KIs).

Projektpartner

St. Pauli Office
Wohlwillstraße 1
20359 Hamburg
Ansprechpartner: Sven Schaffer
www.sanktpaulioffice.de

Weitere Projekte des Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus finden Sie unter: www.digitalzentrum-tourismus.de





Geplantes Vorgehen

Den Einstieg bildet ein kurzes Interview, um Ziele, Zielgruppen, wichtigste Angebote und wiederkehrende Hürden (z. B. Regen, Gutscheine, Dauer, Mindestalter) zu schärfen und sensible Themen sauber zu rahmen. Anschließend wird daraus ein kompaktes Prompting-Set abgeleitet und in mehreren Such-/Chat-Systemen getestet, um sichtbar zu machen, ob und wie das Unternehmen empfohlen wird, welche URLs verlinkt werden und wo Missverständnisse entstehen. Aus den Ergebnissen sollen konkrete Änderungsbedarfe abgeleitet (fehlende Antworten, falsche Ziel-URLs, Missverständnisse) und passende Anpassungen an Content und Struktur geplant werden.

Ansprechpartner:

Moritz Busch

E-Mail: busch@dbis.rwth-aachen.de



Impressum

Herausgeber: Projekt Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus
Angaben gemäß § 5 DDG | Der Mittelstand. BVMW | Potsdamer Str. 7, 10785 Berlin | Tel: 030 533 206 0 | 030 533 206 118
E-Mail: mittelstand@bvmw.de | Vertreten durch Christoph Ahlhaus (Vorstand i.S.d. § 26 BGB) | Vereinsregister Berlin-Charlottenburg Nr. 19361 Nz | USt.-ID-Nr. 230883382 | Autorin: Dr. Simone Wurster, Fachgebiet Arbeitslehre & Technik, TU Berlin | Redaktion: A. K. Kleist | Stand: Juni 2026

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Mittelstand-Digital

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages