



WORKSHOP-HANDOUT · KI IM TOURISMUS

KI-Prompts für Tourismusbetriebe

Die Praxis-Sammlung: Ideen, Texte, Pauschalen und Gästekommunikation in Minuten statt Stunden — mit copy-fertigen Prompts zum sofort Ausprobieren.

Gernot Riedel Tourism Consulting · KI-Training für den Tourismus

gernot-riedel.com

Dieses Handout ist Ihr Werkzeugkasten für den Alltag. Jeder Prompt ist eine Vorlage: Alles in **[ECKIGEN KLAMMERN]** ersetzen Sie durch Ihre eigenen Angaben. Funktioniert in ChatGPT, Claude, Google Gemini, Microsoft Copilot und den meisten anderen KI-Assistenten — auch in der kostenlosen Variante.

★ So ist ein guter Prompt gebaut — drei Teile genügen

Ein KI-Assistent ist so gut wie Ihre Anweisung. Sie brauchen dafür keine Zaubersätze und keine ausführliche Rollenbeschreibung — moderne KI versteht Sie auch ohne. Drei Teile genügen, und je klarer Sie sie mitgeben, desto besser das Ergebnis.

SAG, WAS DU WILLST

Was genau soll herauskommen?
„Schreib einen Angebotstext, 3 Varianten.“

GIB KONTEXT

Ihr Betrieb, Zielgruppe, Saison,
Besonderheiten — das ist der
eigentliche Hebel.

SETZ LEITPLANKEN

Länge, Form, Ton — und: „Nichts
erfinden, Unsicheres markieren.“

Was Sie NICHT brauchen: „Du bist ein erfahrener ...“-Rollensätze oder magische Formulierungen. Bei den heutigen KI-Modellen bringen sie kaum etwas — eine klare Aufgabe und guter Kontext schlagen jeden Zaubersatz. Einzige Ausnahme: lange, wiederverwendbare Prompts wie der Pauschalen-Generator (Kategorie 2), dort lohnt eine kurze Rollenzeile.

Ein fertiges Beispiel — die drei Teile in einem Prompt

So sieht es zusammengesetzt aus — ganz ohne Rollen-Vorspann:

[WAS DU WILLST] Schreibe einen Beschreibungstext für unser Doppelzimmer, 3 Varianten.

[KONTEXT] Wir sind ein 15-Zimmer-Familienhaus in [ORT], Zielgruppe Wanderpaare 45+. Das Zimmer: Balkon mit Bergblick, Naturholz, 24 m².

[LEITPLANKEN] Je 4 bis 5 Sätze, warmer Ton, Sie-Form. Keine Ausstattung erfinden, die ich nicht genannt habe.

Tipp: Ergebnis nicht gut? Nicht neu anfangen — nachschärfen: „Kürzer.“ / „Weniger werblich.“ / „Mach Variante 2 für Familien.“ Das nennt man iterieren, und genau so arbeitet man richtig mit KI.

✓ Fünf Regeln, die jeden Prompt besser machen

- 1 Kontext schlägt alles.** Je mehr die KI über Ihren Betrieb und Ihre Gäste weiß, desto passender das Ergebnis. Lieber zu viel Kontext als zu wenig.
- 2 Zielgruppe immer benennen.** „Für Familien mit kleinen Kindern“ klingt völlig anders als „für Best Ager“. Sagen Sie, für wen der Text ist.
- 3 Iterieren statt neu starten.** Der erste Entwurf ist ein Rohstoff. Verfeinern Sie im Gespräch weiter — das ist kein Fehler, das ist die Methode.
- 4 Nie erfinden lassen.** KI erfindet Preise, Entfernungen und Öffnungszeiten, wenn man sie lässt. Weisen Sie an: „Erfinde nichts. Markiere Unsicheres mit [PRÜFEN].“ Und prüfen Sie Zahlen, Namen und Fakten vor dem Veröffentlichen immer selbst.
- 5 Die KI darf formulieren, aber nicht behaupten.** Texten lassen: ja. Fakten (Adresse, Sterne, Preise, Entfernungen) kommen von Ihnen, nicht aus der KI.

1 Ideen & Konzepte

Wenn der Kopf leer ist und der Abgabetermin naht: die KI als unermüdlicher Ideengeber. Sie wählen aus, verwerfen, kombinieren.

Angebots- und Themen-Ideen für eine Zielgruppe

Liefert in einer Minute ein Dutzend Ansätze, aus denen Sie die zwei besten weiterentwickeln.

Gib mir 12 Angebots- und Themen-Ideen für die Zielgruppe **[ZIELGRUPPE]** in der Saison **[SAISON]**.

Unser Betrieb: **[ART, ORT, GRÖSSE]**. Unsere Stärken: **[2-3 BESONDERHEITEN]**.

Je Idee: 1 Satz Leitgedanke + ein möglicher Titel. Praxisnah und buchbar, keine Allerweltsideen.

Schlechtwetter-Programm

Für die Frage, die jeder Gast bei Regen stellt — als Liste zum Aushängen oder für die Website.

Erstelle eine Liste mit 10 Schlechtwetter-Tipps für Gäste in **[REGION]**.
Mische Indoor-Aktivitäten, Ausflugsziele und gemütliche Angebote im Haus.
Je Tipp: ein kurzer, einladender Satz. Nenne nur Dinge, die es dort wirklich gibt — Unsicheres markiere mit **[PRÜFEN]**.

Tipp: Danach ergänzen: „Formuliere es jetzt als freundlichen Aushang fürs Zimmer.“

Neue Zielgruppe erschließen

Ein Perspektivwechsel: Was würde eine Gruppe ansprechen, die bei Ihnen noch nicht bucht?

Wir möchten die Zielgruppe **[NEUE ZIELGRUPPE, z. B. Workation-Gäste / Hundebesitzer / Rennradfahrer]** gewinnen.
Unser Betrieb bietet aktuell: **[BESTEHENDE LEISTUNGEN]**.
Welche 5 kleinen Anpassungen oder Zusatzangebote würden uns für diese Gruppe attraktiv machen — ohne große Investition? Je Punkt mit kurzer Begründung.

Event- oder Aktionsidee für einen Anlass

Von der Nebensaison-Lücke bis zum Jubiläum — Anlass rein, Konzept raus.

Entwickle 3 Konzepte für **[ANLASS, z. B. ein Herbst-Wochenende / unser 20-jähriges Jubiläum / die Buchungsflaute im November]**.
Je Konzept: Titel, Grundidee in 2 Sätzen, Ablauf in Stichpunkten, passende Zielgruppe. Bodenständig und mit kleinem Budget umsetzbar.

2 Pauschalen & Angebote bauen

Der Herzstück-Prompt dieser Sammlung: ein modularer Ideen-Generator für buchbare Pauschalen. Der Betrieb gibt wenige Eckpunkte vor, die KI liefert durchdachte Pakete — ohne etwas zu erfinden.

Pauschalen-Ideen-Generator (Master-Prompt)

Einmal Ihren Betrieb oben eintragen, dann für jeden neuen Lauf nur die vier Eingabe-Zeilen ändern. Zwei Modi: A = Sie haben noch keine Pauschalen, B = Sie suchen Ideen abseits des Bestehenden. (Das ist die bewusste Ausnahme zum Grundsatz oben: bei einem langen, wiederverwendbaren Prompt lohnt die kurze Rollenzeile.)

ROLLE

Du bist kreativer Pauschalen-Ideengeber für einen Tourismusbetrieb. Du lieferst Ideen: Themen, Inhalte, Aufbau und verkaufsfördernde Formulierungen für buchbare Pauschalen.

MODUS (umstellbar)

- MODUS A = Betrieb hat NOCH KEINE Pauschalen -> ausgewogenes Grundsortiment über mehrere Zielgruppen/Saisonen.
- MODUS B = Betrieb SUCHT NEUE IDEEN -> nur Themen, die in der Liste „bestehende Pauschalen“ NICHT vorkommen. Keine Dopplungen.
- >> AKTIVER MODUS: **[A ODER B]**

BETRIEBS-DATENSATZ

- Betrieb/Standort: **[NAME, ORT]**
- Profil/Stärken: **[KURZPROFIL, AUSSTATTUNG, BESONDERHEITEN]**
- Zielgruppen: **[IHRE ZIELGRUPPEN]**
- Bestehende Pauschalen (nicht doppeln): **[LISTE ODER „keine“]**

EINGABE JE LAUF

- Zielgruppe: **[...]** Saison/Zeitpunkt: **[...]** Dauer (Nächte): **[...]** Anlass/Budget (optional): **[...]**

GEOGRAFISCHE REGEL (streng)

- Alle externen Erlebnisse/Partner/Touren müssen REAL existieren UND höchstens ca. 1 Autostunde entfernt liegen. Je Baustein Ort + grobe Fahrzeit angeben.
- Unsicher bei Existenz/Distanz/Termin -> **[DISTANZ PRÜFEN]** / **[TERMIN PRÜFEN]**. Nicht schätzen, nicht erfinden.

LIEFERE 3–5 IDEEN, je:

- 1) Leitidee & Zielgruppe (1 Satz)
- 2) Paketname + 2–3 Titelvarianten
- 3) Positionierung/Story (1–2 verkaufsstarke Sätze)
- 4) Bausteine: Nächte · Verpflegung · 2–4 reale Erlebnisse im Umkreis (je Ort + Fahrzeit/[PRÜFEN])
- 5) grober Ablauf (Tag 1 ... X)
- 6) Verkaufs-Wording: 3 USP-Sätze + 1 Grund zu buchen + 1 Saison-/Dringlichkeitsanker
- 7) Preis-Gerüst NUR mit Preisen, die ich dir gebe, sonst **[PREIS EINSETZEN]**
- 8) Auffindbarkeit: 1 Titel + 1 Kurzbeschreibung, formuliert auf eine echte Gästefrage

REGELN: keine erfundenen Orte/Preise/Termine/Leistungen; Unsicheres = Platzhalter; buchbar, praxisnah, in der Sprache der Zielgruppe.

Warum so streng? Die geografische Regel und die Platzhalter verhindern, dass die KI Ausflugsziele oder Preise erfindet, die es nicht gibt. Sie bekommen Ideen, die Sie wirklich verkaufen können — statt Fantasie.

Bestehende Pauschale aufpolieren

Sie haben ein Paket, das nicht mehr zieht? Neuer Name, neuer Text, schärferer Winkel.

Hier ist eine bestehende Pauschale von uns: **[TEXT EINFÜGEN]**.

Gib mir: 3 frische Titelvarianten, einen überarbeiteten Beschreibungstext (max. 5 Sätze, verkaufstark) und 2 Ideen, wie wir das Paket ohne Mehrkosten attraktiver machen. Inhalte und Leistungen nicht verändern, nur Präsentation und Zuschnitt.

3 Betriebs- & Produkttexte

Zimmer, Betrieb, Angebote, Speisen — die Texte, die man ewig vor sich herschiebt. Die KI liefert den Rohtext, Sie geben ihm die letzte menschliche Note.

Zimmer- oder Unterkunftsbeschreibung

Mehrere Varianten auf einmal — Sie picken die beste heraus.

Schreibe eine Beschreibung für **[ZIMMER-/UNTERKUNFTSTYP]**.

Fakten (nur diese verwenden): **[GRÖSSE, AUSSTATTUNG, LAGE, AUSBLICK, BESONDERHEITEN]**.

Zielgruppe: **[ZIELGRUPPE]**. Gib 3 Varianten à 4–5 Sätze, warmer Ton, **[DU-/SIE-FORM]**. Keine Ausstattung erfinden, die ich nicht genannt habe.

Kurzbeschreibung des Betriebs (Über uns)

Für Website, Buchungsportale und das Google-Unternehmensprofil — in einem Guss.

Formuliere eine „Über uns“-Beschreibung für unseren Betrieb.

Eckdaten: **[ART, LAGE, GESCHICHTE, WAS UNS AUSMACHT, FÜR WEN]**.

Liefere 3 Längen: (1) ein Satz, (2) ~40 Wörter, (3) ~100 Wörter. Authentisch und konkret, keine Werbefloskeln wie „Urlaub für alle Sinne“.

USP schärfen — was macht uns wirklich besonders?

Ein Sparringspartner, der nachfragt, statt gleich zu texten.

Ich beschreibe dir meinen Betrieb, du hilfst mir, das Alleinstellungsmerkmal herauszuarbeiten.

Mein Betrieb: **[BESCHREIBUNG]**. Meine Mitbewerber in der Region: **[KURZ]**.

Stell mir zuerst 5 Fragen, die mir helfen, das Besondere zu erkennen. Danach fasse zusammen: Was hebt uns ab, und wie formulieren wir das in einem Satz?

Speise- oder Angebotskarte sprachlich aufwerten

Aus „Schnitzel mit Pommes" wird Appetit — ohne zu übertreiben.

Hier sind unsere Gerichte/Angebote: **[LISTE]**.

Schreibe zu jedem eine appetitliche, ehrliche Kurzbeschreibung (max. 1 Satz). Regionale Herkunft betonen, wo ich sie genannt habe. Nichts dazuerfinden, nicht übertreiben.

4 Gästekommunikation

Anfragen, Absagen, Infomails — die tägliche Korrespondenz, höflich und schnell. Immer selbst gegenlesen und mit echten Daten füllen, bevor es rausgeht.

Anfrage freundlich und verkaufsstark beantworten

Aus der Standardantwort wird eine, die zur Buchung einlädt.

Ein Gast hat angefragt: **[ANFRAGE EINFÜGEN]**.

Schreibe eine freundliche, einladende Antwort. Gehe auf den konkreten Wunsch ein, nenne **[VERFÜGBARKEIT/PREIS/PAKET — nur echte Angaben]** und schließe mit einer klaren Einladung zu buchen. **[DU-/SIE-FORM]**, max. 150 Wörter. Keine Preise oder Termine erfinden — ich setze sie ein.

Höfliche Absage bei Ausbuchung

Eine Absage, die den Gast trotzdem bindet.

Wir sind für **[ZEITRAUM]** ausgebucht. Schreibe eine freundliche Absage, die den Gast nicht verliert: Bedauern ausdrücken, **[ALTERNATIVTERMIN / WARTELISTE / NACHBARBETRIEB]** anbieten und zu einer späteren Buchung einladen. Warm, kurz, **[DU-/SIE-FORM]**.

Vorfreude-Mail vor der Anreise

Der kleine Service-Moment, der im Gedächtnis bleibt und Rückfragen spart.

Schreibe eine herzliche „Wir freuen uns auf Sie"-Mail, die 3–4 Tage vor Anreise rausgeht.

Inhalt: kurze Vorfreude, die wichtigsten Infos (**[CHECK-IN-ZEIT, ANREISE, PARKEN, WAS MITBRINGEN]**) und ein persönlicher Tipp für den ersten Tag. **[DU-/SIE-FORM]**, max. 180 Wörter. Nur Infos verwenden, die ich genannt habe.

Text in andere Sprache übersetzen — mit Fingerspitzengefühl

Nicht nur übersetzen, sondern für die jeweilige Gästekultur passend machen.

Übersetze den folgenden Text ins **[SPRACHE]: [TEXT]**.

Nicht wörtlich, sondern natürlich und einladend, wie ein Muttersprachler ihn schreiben würde. Behalte den freundlichen Ton bei. Gib mir die Übersetzung und eine Rückübersetzung, damit ich prüfen kann, dass der Sinn stimmt.

5 Bewertungen beantworten

Antworten auf Bewertungen lesen künftige Gäste mit. Souverän, persönlich, nie defensiv — und bei Kritik zuerst zuhören, dann reagieren.

Positive Bewertung beantworten

Mehr als „Danke für die Bewertung“ — persönlich und mit Wiederkommen-Einladung.

Beantworte diese positive Bewertung: **[BEWERTUNG EINFÜGEN]**.

Kurz, herzlich, persönlich. Greife ein konkretes Detail aus der Bewertung auf, bedanke dich und lade zum Wiederkommen ein. Keine Textbausteine, die nach Vorlage klingen. **[DU-/SIE-FORM]**, max. 80 Wörter.

Kritische Bewertung souverän beantworten

Deeskalierend, lösungsorientiert, für Mitleser geschrieben.

Beantworte diese kritische Bewertung professionell: **[BEWERTUNG EINFÜGEN]**.

Struktur: Danke fürs Feedback → Verständnis für den Ärger (ohne Ausreden) → sachliche Einordnung bzw. was wir ändern → Einladung zum direkten Kontakt.

Ruhig und souverän, nie defensiv oder rechthaberisch. Denk daran: Die Antwort lesen vor allem künftige Gäste. Gib mir 2 Varianten. Keine Zugeständnisse oder Fakten erfinden — ich prüfe das.

Wichtig: Bei Vorwürfen, die nicht stimmen, nie öffentlich streiten. Sachlich die eigene Sicht schildern und ins Direkte einladen.

6 Social Media & Newsletter

Regelmäßig posten, ohne jeden Tag bei null anzufangen. Die KI liefert Entwürfe und Pläne — Ihre Fotos und Ihre Stimme machen daraus etwas Echtes.

Instagram-/Facebook-Beitrag

Caption plus Hashtags plus Varianten — aus einer Idee werden mehrere Posts.

Schreibe einen Instagram-Beitrag zum Thema **[THEMA/ANLASS]** für unseren Betrieb **[KURZPROFIL]**.

Zielgruppe: **[ZIELGRUPPE]**. Gib: eine lebendige Caption (3–5 Sätze), eine kürzere Variante, 10 passende Hashtags und einen Vorschlag, welches Foto dazupasst. Ton: **[nahbar/elegant/humorvoll]**. Keine erfundenen Angebote.

Posting-Plan für einen Monat

Struktur gegen den „Was poste ich bloß?“-Stress.

Erstelle einen Posting-Plan für **[MONAT]**, 2 Beiträge pro Woche, für **[KANAL]**.

Unser Betrieb: **[PROFIL]**, aktuelle Schwerpunkte: **[z. B. Herbstwandern, neue Pauschale]**.

Je Beitrag: Datum, Thema, Kernbotschaft in einem Satz, Foto-Idee. Mische Angebot, Region, Einblicke hinter die Kulissen und Gäste-Themen.

Newsletter-Ausgabe entwerfen

Vom Stichwort zum fertigen Entwurf, den Sie nur noch persönlich einfärben.

Entwirf einen Gäste-Newsletter für **[ANLASS/SAISON]**.

Themen, die rein sollen: **[AUFZÄHLUNG]**. Gib: 3 Betreffzeilen zur Auswahl, eine kurze Begrüßung, die einzelnen Abschnitte mit Zwischenüberschriften und einen klaren Handlungsauftrag am Ende. Ton: persönlich, nicht werblich. Platzhalter **[PRÜFEN]** für alles, was ich mit echten Daten füllen muss.

7 GEO & Auffindbarkeit

Damit Google und KI-Assistenten wie ChatGPT Ihren Betrieb finden und empfehlen. Grundregel: Die KI darf Ihre weichen Texte formulieren — Ihre harten Daten (Name, Adresse, Sterne) kommen immer von Ihnen.

Harte und weiche Felder — die wichtigste Unterscheidung

Harte Felder (Name, Adresse, Telefon, Koordinaten, Sternekategorie): nie von der KI ausfüllen oder „verschönern“ lassen. Maßgeblich sind Ihr Google-Profil und die amtliche Klassifizierung. Hier zählt zeichengenaue Übereinstimmung über alle Plattformen.

Weiche Felder (Beschreibung, Ausstattung, FAQ, USP): hier darf die KI aus Ihren echten Inhalten texten. Merksatz: „**Die KI darf formulieren, aber nicht behaupten.**“

Google-Unternehmensprofil-Beschreibung GEO-fit machen

Die Beschreibung, die viele Betriebe leer lassen oder mit Floskeln füllen.

Schreibe eine Beschreibung für unser Google-Unternehmensprofil (max. 750 Zeichen).

Fakten (nur diese verwenden): **[ART, LAGE, ANGEBOT, ZIELGRUPPE, 3 BESONDERHEITEN]**.

Baue natürlich die Begriffe ein, nach denen Gäste suchen würden. Konkret und suchfreundlich, keine Werbefloskeln. Keine Sterne, Preise oder Auszeichnungen erfinden.

FAQ aus echten Gästefragen

KI-Assistenten lieben Frage-Antwort-Inhalte — und Ihre Gäste auch.

Erstelle 10 FAQ für unsere Website. Unser Betrieb: **[PROFIL, LAGE]**.

Formuliere die Fragen genau so, wie Gäste sie tatsächlich stellen oder in eine Suche/ChatGPT tippen würden (z. B. „Gibt es bei euch Parkplätze?“, „Ist der Betrieb hundefreundlich?“).

Antworten kurz, konkret, hilfreich. Markiere mit **[PRÜFEN]**, wo ich eine echte Angabe einsetzen muss.

Tipp: Nutzen Sie dafür die Fragen, die Ihnen Gäste wirklich per Mail oder an der Rezeption stellen — die sind Gold wert.

Website-Text auf eine echte Gästefrage ausrichten

Inhalte, die eine konkrete Frage beantworten, werden eher gefunden und empfohlen.

Gäste fragen oft: **[KONKRETE FRAGE, z. B. „Wo kann man in [REGION] mit Kindern baden?“]**.
Schreibe dazu einen hilfreichen Website-Absatz (ca. 120 Wörter), der diese Frage ehrlich beantwortet und dabei zeigt, wie unser Betrieb dazupasst. Informativ zuerst, Werbung erst am Schluss. Nur reale Angaben; Unsicheres mit [PRÜFEN].

8 Organisation & Zeitersparnis

KI ist nicht nur zum Texten da. Die unsichtbaren Zeitfresser im Betrieb — Checklisten, lange Mails, Protokolle, Einschulungen — gehen damit deutlich schneller.

Checkliste oder Arbeitsablauf erstellen

Einmal sauber aufgeschrieben, immer wieder nutzbar — auch zum Einschulen neuer Mitarbeiter.

Erstelle eine praktische Checkliste für **[AUFGABE, z. B. Zimmer-Endreinigung / Check-in / Saisonstart]** in unserem Betrieb **[ART]**.
Klare, abhakbare Schritte in sinnvoller Reihenfolge. Nichts Wichtiges vergessen. Als Liste, die ich ausdrucken und aufhängen kann.

Lange Mail oder Dokument zusammenfassen

Den Kern in Sekunden — plus die Punkte, bei denen Sie handeln müssen.

Fasse den folgenden Text in 5 Stichpunkten zusammen und liste danach separat auf, was ich konkret tun oder beantworten muss: **[TEXT EINFÜGEN]**.

Besprechung vorbereiten oder Ideen sortieren

Die KI als Moderator für den eigenen Kopf oder das Teammeeting.

Ich plane **[VORHABEN, z. B. die nächste Saison / eine Teambesprechung zum Thema X]**.
Hilf mir, das zu strukturieren: Stell mir die 5 wichtigsten Fragen, die ich vorher klären sollte, und schlage eine sinnvolle Gliederung oder Tagesordnung vor.

Bevor etwas rausgeht: der Faktencheck

KI klingt überzeugend — auch wenn sie irrt. Prüfen Sie vor jeder Veröffentlichung oder jedem Versand selbst: **Preise, Termine, Entfernungen, Öffnungszeiten, Namen und Auszeichnungen.** Was die KI mit [PRÜFEN] markiert hat, ist Ihre To-do-Liste. Die Verantwortung für den Inhalt bleibt immer bei Ihnen.

EU AI Act: Für KI-erstellte Inhalte gelten seit August 2026 Transparenzpflichten. Wenn Gäste mit einem KI-Chatbot schreiben oder Inhalte KI-generiert sind, muss das erkennbar sein. Für normale Texthilfe im Hintergrund (Entwürfe, die Sie überarbeiten und verantworten) ist das unkritisch — im Zweifel offen kommunizieren.

Erstellt mit KI-Unterstützung ·
#GernotGoesKI

Gernot Riedel Tourism Consulting e.U. · Maishofen · kontakt@gernot-riedel.com · gernot-riedel.com