Von der KI gefunden werden: Rund 50 Gäste beim Infoabend zum Oberlausitz Knowledge Graph in Bautzen

Bautzen, 11. November 2026. Wie werden Betriebe aus der Oberlausitz von KI-Assistenten wie ChatGPT gefunden? Darüber haben sich am Dienstag, 10. November 2026, etwa 50 Teilnehmende im Stadtratssaal des Bautzener Gewandhauses informiert. Eingeladen hatten die Stadt Bautzen und der Tourismusverband Oberlausitz (TVO). Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Interessierte aus unterschiedlichen Bereichen, vor allem aber aus den Branchen Tourismus und IT, besuchten die Veranstaltung. Im Mittelpunkt stand der Oberlausitz Knowledge Graph, ein Projekt des TVO, mit dem die Region für KI-Systeme sichtbar werden soll.

„Wir haben das Projekt ins Leben gerufen, weil die Oberlausitz eine große Fülle an touristischen Angeboten hat. Die sollen auch dort gefunden werden, wo Gäste heute ihre Fragen stellen: in den Antworten der KI. Mit dem Knowledge Graph stärken wir die Sichtbarkeit der ganzen Region“, sagte Nicole Huber, Geschäftsführerin des Tourismusverbands Oberlausitz.

Für die Stadt Bautzen begrüßte Doreen-Charlotte Hantschke, Abteilungsleiterin Wirtschaftsförderung, die Gäste. Die Frage, wie Unternehmen im Netz gefunden werden, sei heute wichtiger denn je.

Referent Ralph Kühnl, Gründer der KI- und Kommunikationsberatung polisMEDIA, erläuterte den Hintergrund. Nach einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom vom August 2026 hat sich bereits fast jeder vierte Urlaubsreisende ein Reiseziel von KI vorschlagen lassen, 21 Prozent ein Restaurant. In einem eigenen Test habe er eine KI nach einem Campingurlaub für eine Familie mit Fahrrädern gefragt. Empfohlen worden seien zuerst Regionen in Bayern, die Oberlausitz erst auf Nachfrage. Kühnl sprach ausdrücklich von einem Feldversuch: Empirische Daten zur Wirkung gebe es bei diesem sehr jungen Thema noch nicht, allerdings begründete Annahmen. Die Oberlausitz könne im Tourismus-Marketing ein Pionier auf diesem Gebiet werden.

Den Betrieben empfahl Kühnl, auf der eigenen Webseite alles anzugeben, was im übertragenen Sinn auch auf dem Türschild stehe. Dazu gehörten Adresse, Öffnungszeiten und eigene Angebote, zusätzlich aber auch die Nachbarschaft, etwa die Gehminuten zum Theater, zum Rathaus oder die Entfernung zur nächsten Sehenswürdigkeit oder touristischen Attraktion. Jedes Angebot sollte im Idealfall eine eigene Unterseite erhalten, die von Suchmaschinen gut ausgewertet werden könne. Hilfreich sei zudem ein kurzer Code-Baustein im Format JSON-LD. Das ist eine maschinenlesbare Zusammenfassung, die Besucherinnen und Besucher nicht sehen, KI-Systeme aber gut auslesen können. Wichtig sei, dass Webseite, Google-Unternehmensprofil und zentrale Verzeichnisse dieselben Angaben enthielten. Der Einbau dauere für den Webdienstleister etwa eine Stunde. Der Fachausdruck für diese Optimierung lautet GEO: „Generative Engine Optimization“. Für den Einstieg steht ein kostenloses Online-Werkzeug bereit, erhältlich über den Tourismusverband Oberlausitz. Es analysiert eine Webseite, gibt Empfehlungen und liefert den passenden Code-Baustein mit Einbauanleitung.

Aus dem Publikum kam die Frage, was gemeinsam als Nächstes zu tun sei. Kühnl nannte zuerst die eigenen, strukturierten Angaben der Betriebe, danach zentrale Verzeichnisse bei Städten oder beim TVO. Huber nahm die Anregung auf, eine Plattform zu prüfen, auf der sichtbar wird, welche Betriebe bereits mitmachen.

Zum Abschluss ordnete Huber das Projekt ein. Normalerweise kümmere sich der Tourismusverband vor allem um die touristischen Betriebe. „Beim Knowledge Graph aber habe ich alle Betriebe im Blick, denn er funktioniert nur, wenn viele mitmachen. Alles, was wir jetzt für den Tourismus gesagt haben, gilt im Grunde für jedes Unternehmen“, sagte Huber. Sie besuche derzeit alle 110 Kommunen des Verbandsgebiets und stoße dort auf große Begeisterung. Jede Kommune könne ihren Betrieben anbieten, die Angaben gemeinsam zu bündeln. Für die Betriebe selbst sei der Aufwand gering.

Über den Tourismusverband Oberlausitz

Der Tourismusverband Oberlausitz e. V. (TVO) ist die Destinationsmanagementorganisation der Oberlausitz im Osten Sachsens und umfasst die Landkreise Bautzen und Görlitz. Der im Januar 2026 gegründete Verband bündelt Kommunen, touristische Akteure und Unternehmen. Er vertritt die touristischen Interessen der Region, führt das Marketing unter der Dachmarke „Oberlausitz“. Grundlage ist die Destinationsstrategie 2030, mit der der TVO die Oberlausitz als zusammenhängende Urlaubs- und Erlebnisregion weiterentwickelt.

Pressekontakt

Tourismusverband Oberlausitz e. V.
Nicole Huber, Geschäftsführerin
Humboldtstraße 25, 02625 Bautzen
Telefon 0172 7690008
nicole.huber@oberlausitz.com
https://www.oberlausitz.com