



# IMPULS

— netzvitamine —

**SEO IM KI-ZEITALTER –  
DAS ERWARTET DIE KI AUF WEBSITES.**

2025-06-24 | Lukas Fischer | Heidiland Tourismus & Thurgau Tourismus



**netzvitamine**

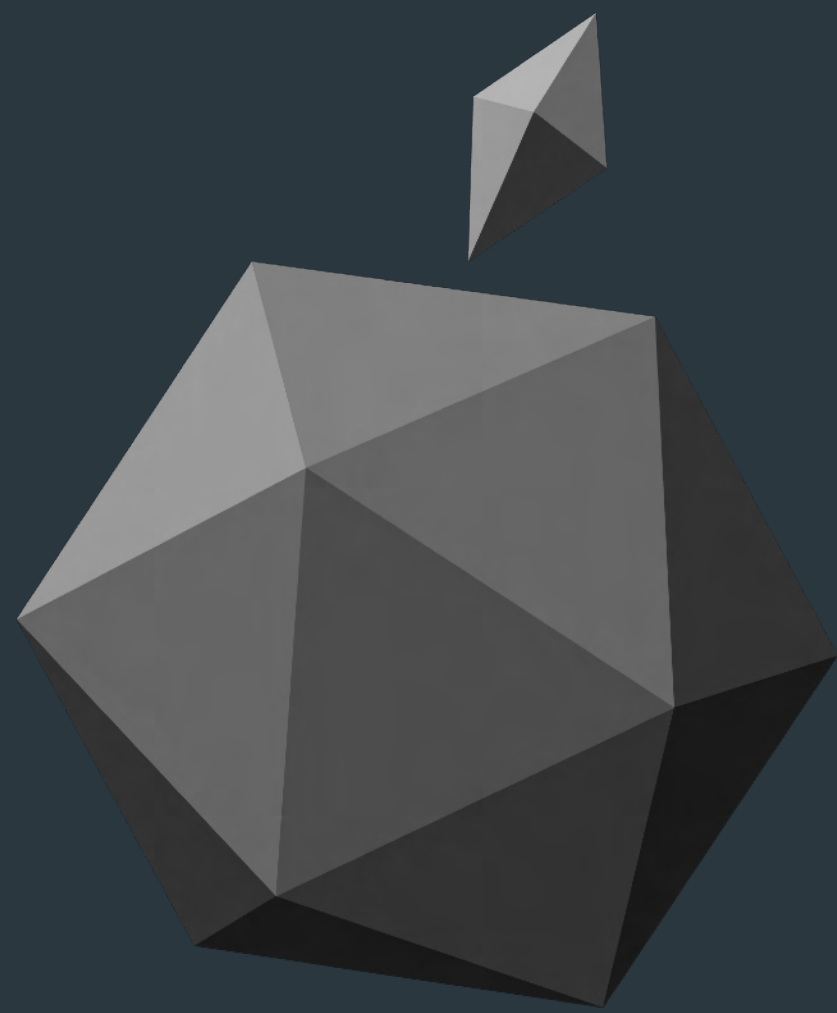
## DISCLAIMER

---

Das vorliegende Dokument fällt unter § 2 des Gesetzes über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ausschließlich bei der netzvitamine GmbH.

Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich nach vorheriger schriftlicher Einwilligung der netzvitamine GmbH zulässig. Dies gilt insbesondere für Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen, die zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet worden sind.

Deren Wiedergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ohne die dafür notwendigen Nutzungsrechte kann Ansprüche des Rechtsinhabers auslösen.



KI-TEXTE MENSCHLICH MACHEN.

---



# BRAUCHT ES IN 2025 NOCH SEO?

---

”

*Erst wenn der letzte Song von der KI gesungen,  
die letzte Reportage von der KI gefertigt,  
das letzte Bild von der KI gemalt,  
das letzte Drehbuch von der KI erstellt,  
der letzte Roman von der KI geschrieben wurde,  
wenn alle Gedanken, Träume und Inhalte eingefüllt sind  
in den großen Trichter der Algorithmen,  
werdet ihr merken, dass man die Welt nicht prompten kann.*

*Und dass wir uns zu Tode langweilen.*



”

# KI VERÄNDERT UNSERE PROZESSE

- **KI erhält Einzug in Datenbanken, Plug-ins und Widgets:**
  - └ automatisierte Beschreibungstexte, Meta-Informationen, alt-tags etc.
  - └ automatisiertes Generieren von Icons, Bildern etc. direkt im Plug-In bzw. im CMS
  - └ automatisierte Ausspielung von personalisierten Daten in Widgets oder auch Chatbots
- KI ändert aber **nicht** grundlegend die Art und Weise, wie Websites aufgebaut sind – denn sie werden (noch) nicht für die Maschine gebaut, sondern für Menschen
- » *AIEO ist also auch nur ein weiteres Buzzword im KI-Hype, KI-Tools geben uns aber ein neues (mächtiges) Werkzeug für besseren Content und bessere User Experience*



BUCHBARES ANGEBOT SCHAFFEN.

---



# KI-ASSISTENTEN VERÄNDERN DIE SUCHE

”

76 % der Reisenden ziehen KI als Planungshilfe in Betracht, 37 % können sich sogar vorstellen, die komplette Reiseplanung einer KI zu überlassen.

*Die KI-Assistenten verschicken keine Anfragen, rufen keine Unterkünfte an und bestellen keine Prospekte.*

*Sie (werden) buchen. Einfach so.*



“

OFFEN BLEIBEN FÜR NEUES.

---



# WIRD KI DIE SUCHMASCHINEN ERSETZEN?

---

”

*Suchmaschinen finden Informationen.  
Zu jeder Information gibt es eine Quelle.*

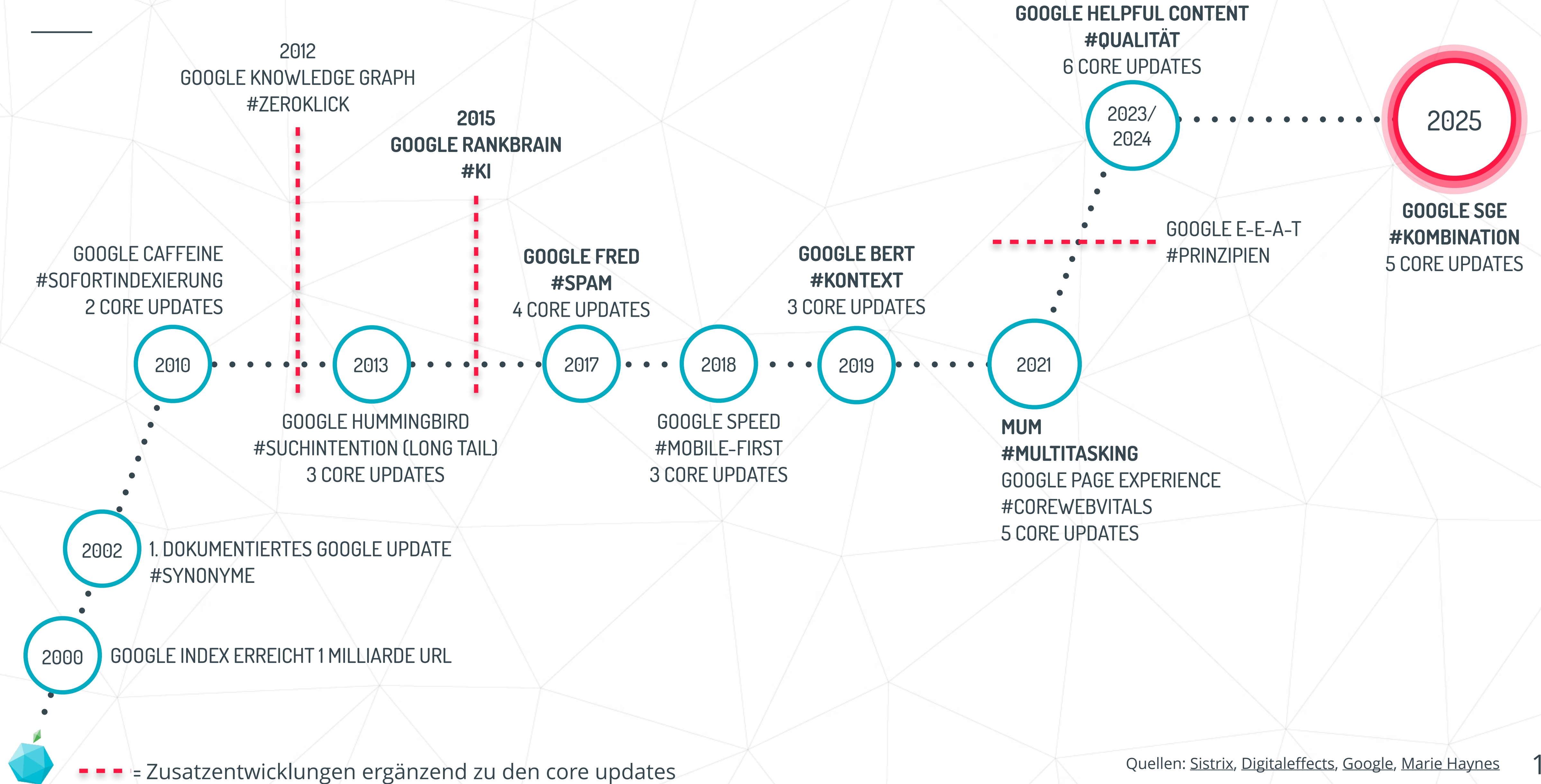
*Generative Textgeneratoren («KI») schreiben  
Informationen um. Sie verändern diese so,  
dass keine eindeutige Quelle mehr  
identifiziert werden kann.*

*Suchmaschinen und KI sind unzertrennlich.*



“

# GOOGLE UPDATES



# SEO = GEO (AIEO)!

Google

Alle Kurze Videos

Übersicht mit KI

Für Ihren Osterurlaub mit zwei Erwachsenen und zwei Kindern am Meer, gibt es viele tolle Möglichkeiten. Sie könnten **einen Badeurlaub an der deutschen Ostsee oder Nordsee planen, wo es viele kinderfreundliche Strände und Angebote gibt**. Alternativ könnten Sie auch wärmere Gefilde wie die italienische oder spanische Mittelmeerküste oder die Türkei in Erwägung ziehen, wo die Wassertemperaturen im April schon angenehmer sein können.

**Strandurlaub an der deutschen Ostsee oder Nordsee:**

**Strände und Dünen:**  
Viele Strände an Nord- und Ostsee bieten flache Zugänge zum Meer, ideal für Kinder. Dazu gibt es oft Strandkörbe, Spielplätze und Wattwanderungen.

**Kinderfreundliche Angebote:**  
Viele Orte an der Küste haben sich auf Familien mit Kindern eingestellt und bieten spezielle Programme, Kinderclubs und Spielmöglichkeiten an.

**Ausflugsziele:**  
Besuchen Sie Seehundstationen, Meeresaquarien, Leuchttürme oder machen Sie eine Fahrt mit einem Schiff.

**Wohin zu Ostern mit Kindern? 10 Ziele für die...**  
07.01.2025 — Zu den beliebtesten Aktivitäten...  
Familienreiseplaner

**Die besten warmen Reiseziele an Ostern -...**  
Die besten Reiseziele an Ostern im Warmen: Türkei...  
Weg.de

**Die besten Reiseziele im April 2025: Tipps für...**  
15.01.2025  
ADAC

Alle anzeigen

Google

Alle Bilder Videos Produkte Kurze Videos News Bücher Mehr

Suchfilter

Übersicht mit KI

Das Heidiland ist eine Ferienregion in der Ostschweiz, die ihren Namen der weltberühmten Heidi-Geschichte von Johanna Spyri verdankt. Sie erstreckt sich vom Walensee bis vor die Tore Churs und bietet eine Vielzahl von Erlebnissen, darunter Wandern, Mountainbiken, Wellness, Kulinarik und familienfreundliche Aktivitäten.

Was man im Heidiland erleben kann:

**Natur:**  
Entdecken Sie den fjordähnlichen Walensee, die imposanten Churfürsten, die Taminaschlucht mit ihrem Thermalwasser und die malerischen Bergseen.

**Wandern und Biken:**  
Erkunden Sie den Heidipfad, den 5-Seen-Wanderweg oder den Pizol Panorama Höhenweg. Es gibt auch viele Mountainbike-Strecken für alle Schwierigkeitsgrade.

**Kultur und Geschichte:**  
Besuchen Sie das Heididorf in Maienfeld, den Originalschauplatz der Heidi-Geschichte, oder das Alte Bad Pfäfers, das älteste erhaltene barocke Thermalbad der Schweiz.

**Familien:**  
Genießen Sie den Kletterturm CLiIMBER, die Sommerrodelbahn FLOOMZER, den Wasserwald am Pizol oder den Spielplatz-Paradies am Walensee.

**Heidis Heimat – zwischen Fjord und Gipfel im...**  
11.04.2025 — Eine Region wie gemacht für zwei Räder...  
VICTORIA BIKES

**10 Top-Erlebnisse für Familien in der...**  
10 Top-Erlebnisse für Familien \* Klettern wie ein Steinbock...  
Ferienregion Heidiland

**8 Dinge, die wir am Heidiland-Sommer liebe...**  
Ferienregion Heidiland

Alle anzeigen



# Introducing AI Mode



DAS ERWARTET DIE KI  
AUF WEBSITES.

---



# 5 (KI-)SIGNALE FÜR DIE SUCHE



## BEDEUTUNG

Keywords  
Sprache  
Lokalisierung  
Zeitgeschehen



## RELEVANZ

Überschriften  
Inhalte  
Content-Tiefe  
Struktur



## QUALITÄT

Erfahrung  
Sachkompetenz  
Maßgeblichkeit  
Vertrauenswürdigkeit



## NUTZER- FREUNDLICHKEIT

Core Web Vitals  
Sicherheit  
Responsivität  
kein SPAM



## KONTEXT

Standort  
Suchverlauf  
Sucheinstellungen  
Interessen



CONTENT BEDEUTUNG GEBEN.

---



# GEO = MACH ES (DIR) EINFACHER

---

- Suchmaschinen erkennen Synonyme und können sie zuordnen  
→ *die "Wortwahl" (Keywords) ist weitestgehend egal*
- Suchmaschinen erkennen die Geo-Position des Suchenden  
→ *"in meiner Umgebung" macht die Suchmaschine*
- Suchmaschinen erkennen die Sprache der Suchanfrage  
→ *Mehrsprachigkeit durch KI-Übersetzung herstellen*
- Suchmaschinen wissen, was gerade aktuell ist  
→ *"Top5-Aktivitäten", "10 Gründe" regelmäßig aktualisieren*

**Content kann und sollte nicht für Suchmaschinen optimiert werden, sondern für die Suchenden.**

**Die Aktualität und Authentizität des Contents spielt eine größere Rolle als "die richtigen Keywords".**



# 5 (KI-)SIGNALE FÜR DIE SUCHE



## BEDEUTUNG

Keywords  
Sprache  
Lokalisierung  
Zeitgeschehen



## RELEVANZ

Überschriften  
Inhalte  
Content-Tiefe  
Struktur



## QUALITÄT

Erfahrung  
Sachkompetenz  
Maßgeblichkeit  
Vertrauenswürdigkeit



## NUTZER- FREUNDLICHKEIT

Core Web Vitals  
Sicherheit  
Responsivität  
kein SPAM



## KONTEXT

Standort  
Suchverlauf  
Sucheinstellungen  
Interessen



# CONTENT-LEITFADEN ERSTELLEN.

---



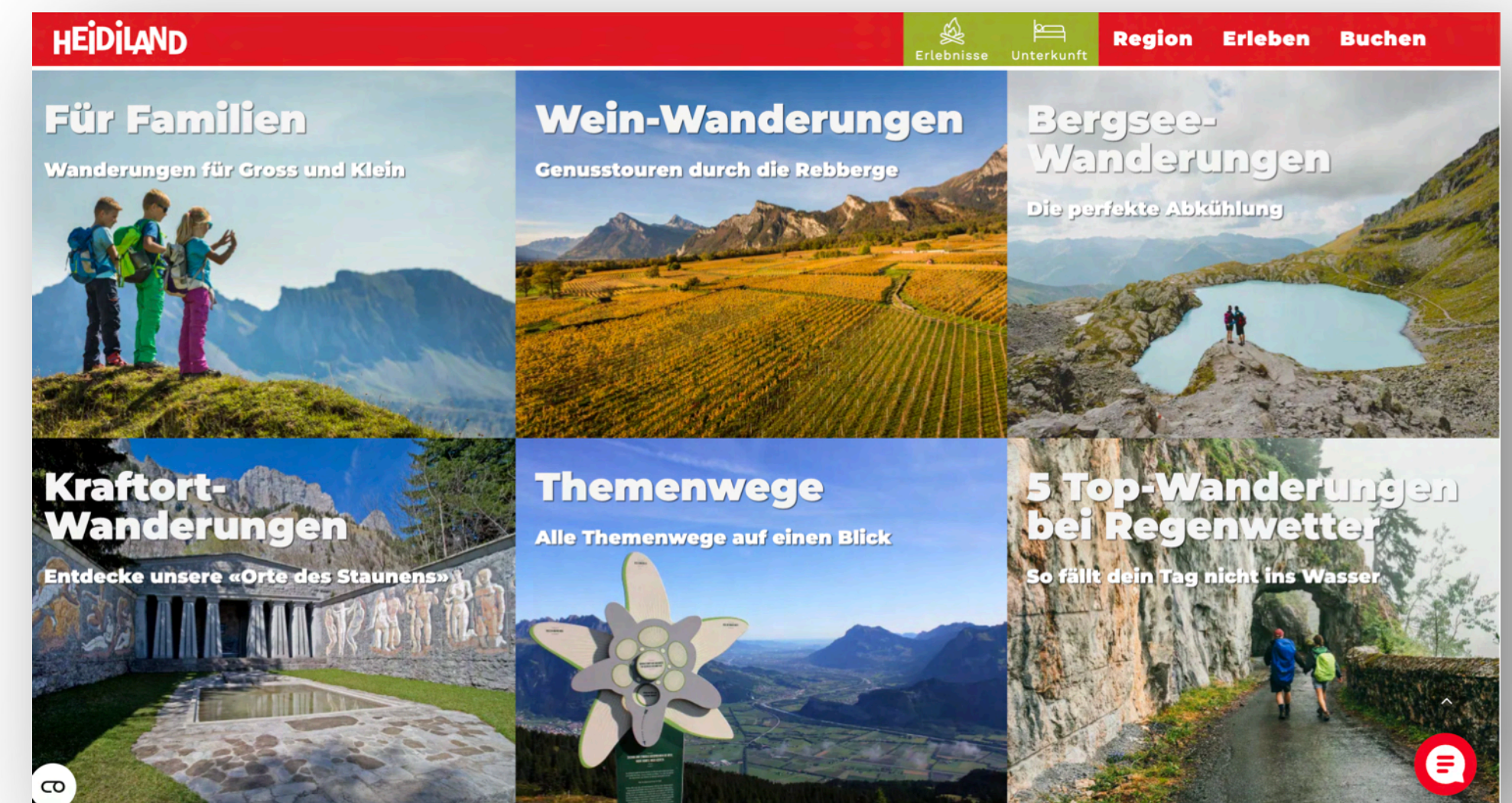
# AUFBAU VON LANDINGPAGES

## DO'S:

- Pillar-Content erkennen und Content Cluster zusammenstellen bzw. verlinken → **Kontext is King**
- **Überschriften und Überschriften-Hierarchien** einhalten: das Inhaltsverzeichnis der Landingpage
- in **Fragen und Antworten** denken: ein Gedanke je Absatz, eine Antwort auf eine Frage (Überschrift!)
- **Aufzählungen und Fettungen**: Formatierungen nutzen, um Intention der Informationen deutlicher zu machen

## DON'TS:

- **endlos lange Texte**: die Länge eines Textes hat nichts mit dessen Relevanz zu tun
- **Keyword-Fokussierung**: es geht nicht um einzelne Wörter, sondern um den Zusammenhang



## Wissenswertes rund ums Wandern

- Wann ist die beste Zeit zum Wandern in den Allgäuer Alpen? ▾
- Welcher ist der höchste Berg der Hörnerkette? ▾
- Was ist eine Alpe? ▾
- Was gibt es in den Bergen zu beachten? ▾
- Wo sind die schönsten Wanderwege im Allgäu? ▾
- Welche bekannten Berge gibt es im Allgäu? ▾
- Welche Wandergebiete gibt es in der Nähe der Hörnerdörfer? ▾
- Gibt es geführte Wanderungen? ▾



# DIGITALE BARRIEREFREIHEIT

- **die KI ist "blind"**: daher gelten grundsätzlich auch für sie die Kriterien der Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.1):
  - └ wahrnehmbar (z. B. alt-tags, Linktexte)
  - └ bedienbar (z. B. Tastaturbedienbarkeit, Eingabefelder)
  - └ verständlich (z. B. strukturiert, logisch, einfach)
  - └ robust (z. B. Performance, Zuverlässigkeit)
- KI-ready Webdesign ist also ein weiterer Grund, *abseits der gesetzlichen Vorgabe des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes bzw. des eCH-0059 Accessibility Standards*, mindestens die technischen Empfehlungen von Google zur Barrierefreiheit umzusetzen
- » *digitale Barrierefreiheit macht Websites einfacher zu verstehen und zu bedienen und steigert somit zusätzlich die Convenience und damit auch die Conversion*

TIPP:  
keine  
Accessibility-  
Overlays

The screenshot shows a digital accessibility audit tool interface. At the top, a green circle contains the score '92'. Below it, the title 'Barrierefreiheit' is displayed. A paragraph explains that the tool provides suggestions for improvement but that manual testing is still recommended. The interface is divided into several sections:

- KONTRAST**: A red triangle icon indicates an issue: 'Das Kontrastverhältnis von Hintergrund- und Vordergrundfarben ist nicht ausreichend.' Below this, a tip suggests: 'Anhand dieser Möglichkeiten kannst du die Lesbarkeit deiner Inhalte verbessern.'
- BEST PRACTICES**: A red triangle icon indicates an issue: 'Berührungsziele haben eine unzureichende Größe oder einen unzureichenden Abstand.' Below this, a tip suggests: 'Hier findest du häufig genutzte Best Practices für Barrierefreiheit.'
- NAMEN UND LABELS**: A red circle icon indicates an issue: 'Kein Formularfeld hat mehrere Labels.' Below this, a tip suggests: 'Anhand dieser Möglichkeiten kannst du die Semantik der Steuerelemente deiner Anwendung verbessern. Dies kommt Nutzern von Hilfstechnologien wie Screenreadern zugute.'
- ZUSÄTZLICHE ELEMENTE ZUR MANUELLEN ÜBERPRÜFUNG (10)**: A link 'Anzeigen' is provided. Below this, a note states: 'Diese Prüfungen sind für Bereiche vorgesehen, für die automatische Testtools nicht geeignet sind. Weitere Informationen findest du in unserem Leitfaden zur Durchführung einer Prüfung auf Barrierefreiheit.'
- BESTANDENE PRÜFUNGEN (22)**: A link 'Anzeigen' is provided.
- NICHT ZUTREFFEND (32)**: A link 'Anzeigen' is provided.



# DATENBASIS FESTLEGEN.

---



# STRUKTURIERTE DATEN

- das Google structured data testing tool prüft auf einzelnen Landingpages, ob strukturierte Daten verwendet werden bzw. die **Voraussetzungen für Rich-Suchergebnisse** erfüllt sind, z. B.:

- Local Business (Verknüpfung zu Google Maps)
- Navigationsstruktur
- Bewertungen
- Logo
- Veranstaltungen/ Termine
- Blogbeiträge und Presseartikel
- Anleitungen ("how to" z. B. im Blog)
- Rezepte
- Google Jobs

**TIPP:**  
Standards  
nutzen

- der **Schema Markup Validator** listet alle nach schema.org annotierten Daten auf

2 gültige Elemente erkannt  
Für gültige Elemente sind Rich-Suchergebnisse in der Google Suche möglich.  
[Weitere Informationen](#)

GETESTETE SEITE ANZEIGEN VORSCHAU DER ERGEBNISSE ANZEIGEN

Details

Crawling  
Erfolgreich gecrawlt am 20.01.2025, 09:48:16

Erkannte strukturierte Daten

Lokale Unternehmen	1 gültiges Element erkannt Nicht kritische Probleme erkannt	>
Unternehmen	1 gültiges Element erkannt	>

Zusätzliche Ressourcen

Rich-Suchergebnisse für deine gesamte Website prüfen DIE SEARCH CONSOLE AUFRUFEN

### Strukturierte Daten testen

Wir empfehlen, mit dem **Test für Rich-Suchergebnisse** zu beginnen, um zu sehen, welche Rich-Suchergebnisse für deine Seite generiert werden können. Nutze für die allgemeine Schemavalidierung den **Schema Markup Validator**, um alle Arten von schema.org-Markup ohne Google-spezifische Validierung zu testen.

#### Rich Results Test

Code input

```
<html>
<head>
<title>Non-Alcoholic Pine Colada</title>
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Recipe",
  "name": "Non-Alcoholic Pine Colada",
  "image": [
    "https://example.com/photos/1x1/photo.jpg",
    "https://example.com/photos/4x3/photo.jpg",
    "https://example.com/photos/16x9/photo.jpg"
  ],
  "author": {
    "@type": "Person",
    "name": "Mary Stone"
  },
  "datePublished": "2024-03-10",
  "description": "This non-alcoholic pine colada is everyone's favorite!",
  "recipeCuisine": "American",
  "prepTime": "PT5M",
  "cookTime": "PT5M",
  "totalTime": "PT10M",
  "keywords": "non-alcoholic",
  "recipeYield": "4 servings",
  "recipeCategory": "Drink",
  "nutrition": {
    "@type": "NutritionInformation",
    "calories": "128 calories"
  },
  "aggregateRating": {
    "@type": "AggregateRating",
    "ratingValue": "5",
    "ratingCount": "18"
  }
}
```

Test results

3 valid items detected  
Valid items are eligible for Google Search rich results. [Learn more](#)

VIEW TESTED PAGE PREVIEW RESULTS

Detected structured data

Recipes	1 valid item detected	>
Review snippets	1 valid item detected	>
Videos	1 valid item detected	>

Additional resources

Monitor Rich Results for your entire site GO TO SEARCH CONSOLE

#### Test für Rich-Suchergebnisse

Das offizielle Tool von Google, mit dem du deine strukturierten Daten testest, um herauszufinden, welche Rich-Suchergebnisse über die **strukturierten Daten** auf deiner Seite generiert werden können. Du kannst dir auch als Vorschau ansehen, wie Rich-Suchergebnisse in der Google Suche aussehen können.

Test für Rich-Suchergebnisse aufrufen

#### Schema Markup Validator

Überprüfe alle auf Schema.org basierenden strukturierten Daten, die in Webseiten eingebettet sind, ohne dass Google spezifische Warnungen ausgibt.

Schema Markup Validator aufrufen

# 5 (KI-)SIGNALE FÜR DIE SUCHE



## BEDEUTUNG

Keywords  
Sprache  
Lokalisierung  
Zeitgeschehen



## RELEVANZ

Überschriften  
Inhalte  
Content-Tiefe  
Struktur



## QUALITÄT

Erfahrung  
Sachkompetenz  
Maßgeblichkeit  
Vertrauenswürdigkeit



## NUTZER- FREUNDLICHKEIT

Core Web Vitals  
Sicherheit  
Responsivität  
kein SPAM



## KONTEXT

Standort  
Suchverlauf  
Sucheinstellungen  
Interessen



QUALITÄT VOR QUANTITÄT.

---



# WER, WIE, WARUM?

- **Wer** hat den Inhalt erstellt?
  - └ ist es klar?
  - └ wer berichtet darüber?
  - └ gibt es einen Urheber?
- **Wie** wurde der Inhalt erstellt?
  - └ Redaktionell oder User generated
  - └ KI-generiert? (Vorsicht!)
  - └ Blog oder Listen/ Aufzählungen
- **Warum** wurde der Inhalt erstellt?
  - └ mit welchem Ziel?
  - └ für wen?
  - └ in welchem Kontext?

**Experience – Erfahrung**

**Expertise – Sachkompetenz**

**Authoritativeness – Maßgeblichkeit**

**Trustworthiness – Vertrauenswürdigkeit**

# 5 (KI-)SIGNALE FÜR DIE SUCHE



## BEDEUTUNG

Keywords  
Sprache  
Lokalisierung  
Zeitgeschehen



## RELEVANZ

Überschriften  
Inhalte  
Content-Tiefe  
Struktur



## QUALITÄT

Erfahrung  
Sachkompetenz  
Maßgeblichkeit  
Vertrauenswürdigkeit



## NUTZER- FREUNDLICHKEIT

Core Web Vitals  
Sicherheit  
Responsivität  
kein SPAM



## KONTEXT

Standort  
Suchverlauf  
Sucheinstellungen  
Interessen



TECHNOLOGIE ALS BASIS.

---



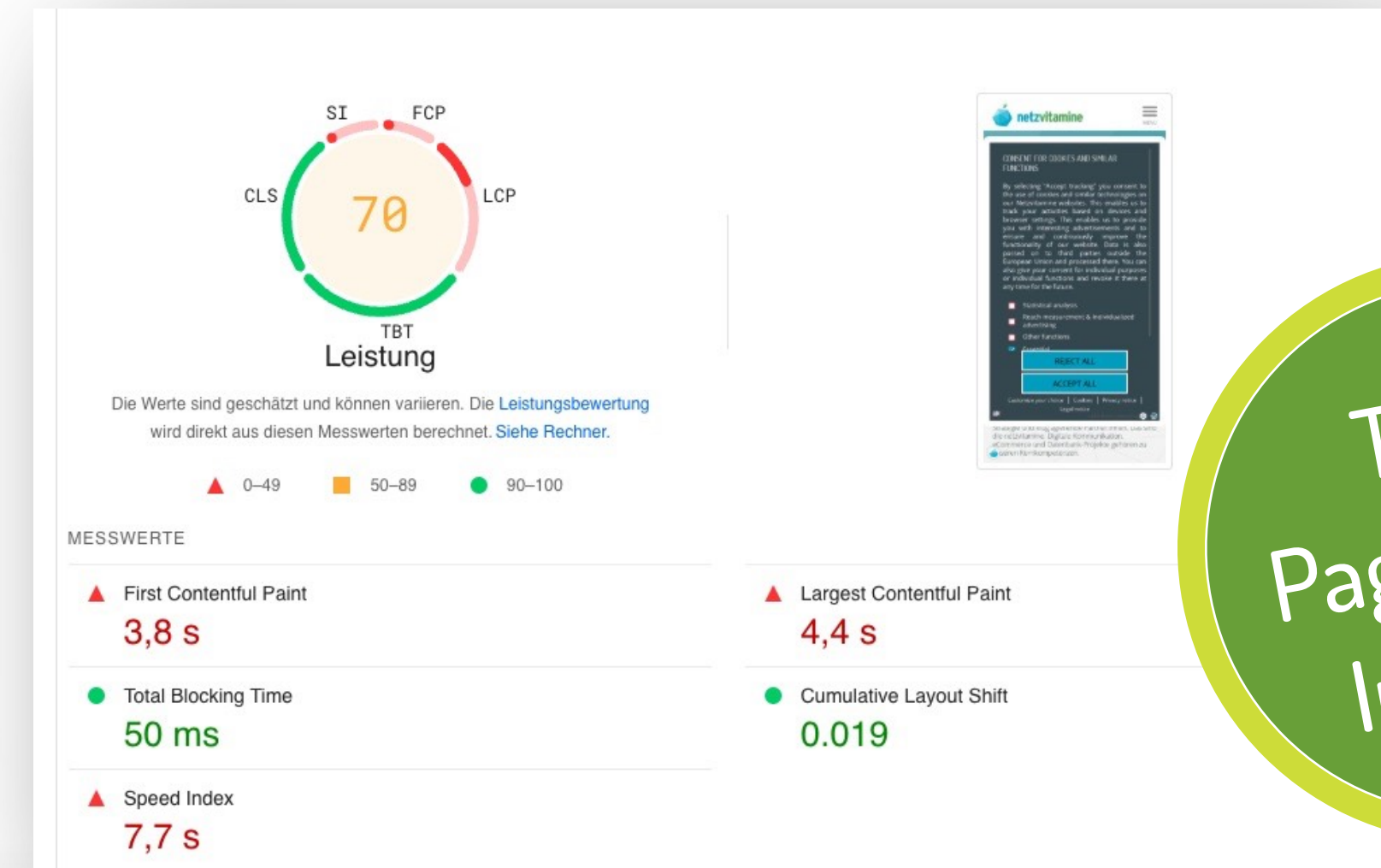
# PERFORMANCE

- **Core Web Vitals**

- └ First und Largest Contentful Paint (FCP/ LCP): *wahrgenommene und tatsächliche Ladegeschwindigkeit*
- └ Time to First Byte (TTFB): *Reaktionsfähigkeit des Webservers*
- └ Interaction to Next Paint (INP): *Wert, den 90 % der Interaktionen auf der Website unterschreiten*
- └ Cumulative Layout Shift (CLS): *visuelle Stabilität einer Landingpage bzw. unerwartete Layoutverschiebungen*

- **Google Pagespeed Insights** analysiert jede (größere) Website regelmäßig und erstellt einen durchschnittlichen Leistungs-Index auf Basis von mehreren Stichproben

» die Leistungsdiagnose sollte regelmäßig geprüft werden, i. d. R. stehen dort wichtige Verbesserungsmöglichkeiten für die Webagentur (und die Redaktion)



The screenshot shows the website 'netzvitamine.de' with a green header and a main content area. The developer tools are open, displaying the HTML structure of the page, including various content wrappers and scripts.

# SICHERHEIT

- Best Practices: **Nutzererfahrung und Sicherheit**
  - └ Aktuellste API-Versionen und JS-Bibliotheken
  - └ HTTPS-Schutz
  - └ keine automatischen Benachrichtigungs- und Standortberechtigungen
  - └ gut lesbarer Text
- SEO: **Indexierung und Meta-Informationen**
  - └ gültige robots.txt
  - └ kein "noindex" oder "nofollow"
  - └ meta-title und meta-description
  - └ Canonical-Element vorhanden

TIPP:  
Google  
Lighthouse

Abmessungen: iPhone 12 Pro 390 x 844 150% Keine Drosselung

10:24:43 - www.netzvitamine.de

Speicherinhalt löschen JS-Sampling aktivieren Simulierte Drosselung (Standard) Weitere Informationen

https://www.netzvitamine.de/

75 100

JavaScript-Bibliotheken erkannt

NUTZERERFAHRUNG

- ▲ Zeigt Bilder mit einem falschen Seitenverhältnis an
- ▲ Stellt Bilder mit niedriger Auflösung bereit

VERTRAUEN UND SICHERHEIT

- Sicherstellen, dass CSP effektiv gegen XSS-Angriffe wirkt

BESTANDENE PRÜFUNGEN (12) Ausblenden

- Verwendet HTTPS
- Vermeidet Drittanbieter-Cookies
- Erlaubt Nutzern, Inhalte in Eingabefeldern einzufügen
- Fordert während des Seitenaufbaus keine Berechtigung zur Standortbestimmung an
- Fordert während des Seitenaufbaus keine Benachrichtigungsberechtigung an
- Hat ein <meta name="viewport">-Tag mit width oder initial-scale
- Dokument enthält gut lesbare Schriftgrößen — 99,97 % gut lesbarer Text
- Seite verfügt über den HTML-DOCTYPE
- Korrekt definierter Zeichensatz
- Es wurden keine Browserfehler in der Konsole protokolliert
- Keine Probleme im Issues-Bereich der Chrome-Entwicklertools
- Seite hat gültige Quellzuordnungen

NICHT ZUTREFFEND (1) Ausblenden

Google Lighthouse Audit



# 5 (KI-)SIGNALE FÜR DIE SUCHE



## BEDEUTUNG

Keywords  
Sprache  
Lokalisierung  
Zeitgeschehen



## RELEVANZ

Überschriften  
Inhalte  
Content-Tiefe  
Struktur



## QUALITÄT

Erfahrung  
Sachkompetenz  
Maßgeblichkeit  
Vertrauenswürdigkeit



## NUTZER- FREUNDLICHKEIT

Core Web Vitals  
Sicherheit  
Responsivität  
kein SPAM



## KONTEXT

Standort  
Suchverlauf  
Sucheinstellungen  
Interessen



# PERSONALISIERUNG ALS KÜR.

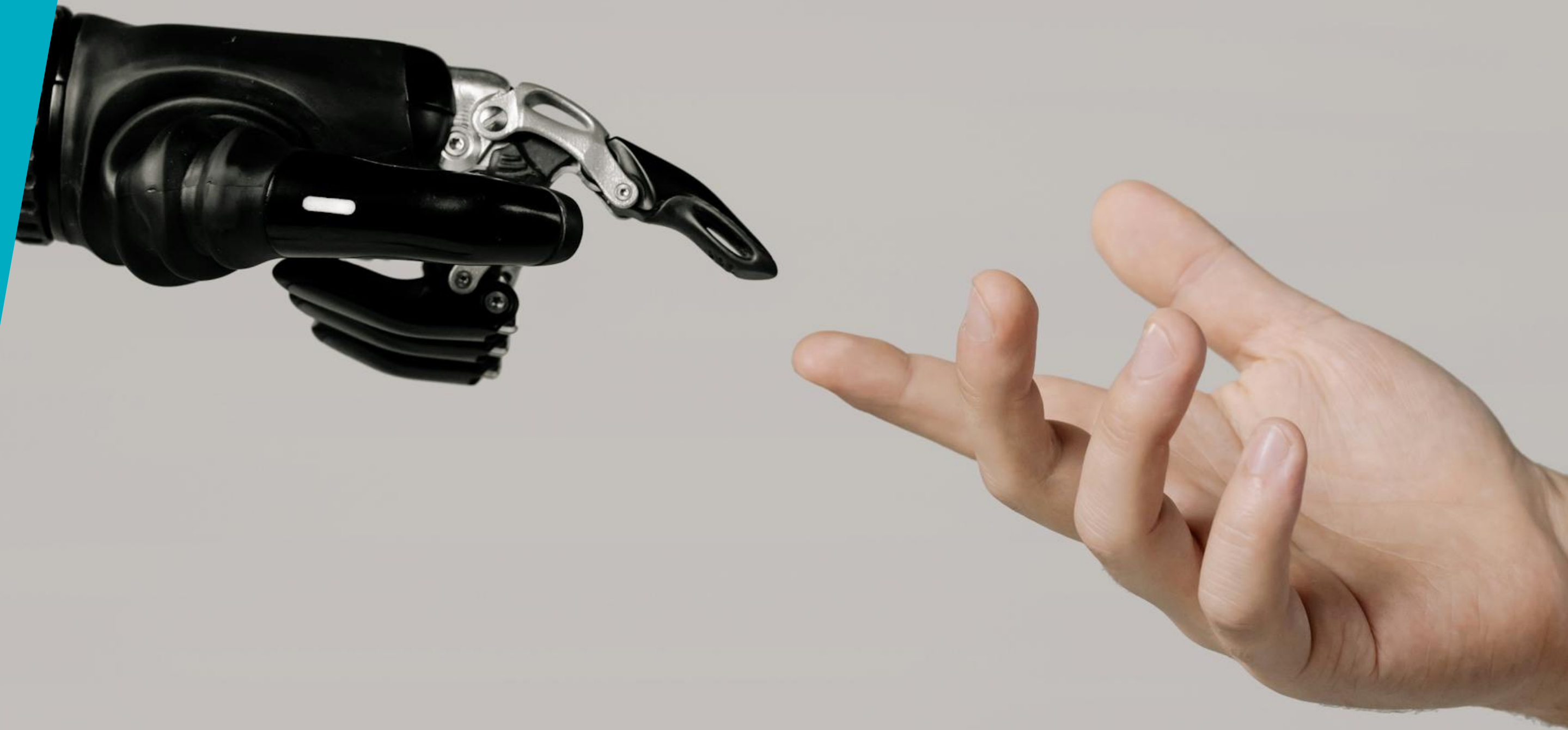
---



# KI IM WEBDESIGN

---

- KI-gesteuerte Werkzeuge **gestalten Layouts, Farbpaletten und visuelle Elemente**
- KI ermöglicht es Designern, Websites für alle Geräte und Bildschirmgrößen zu **optimieren. bzw. Fehler zu finden und zu beheben**
- KI erstellt und kuratiert **Web- und Newsletterinhalte auf Basis der Präferenzen** der Besucher/ Abonnenten
- **KI-gestützte Chatbots und Assistenten** bieten sofortige Unterstützung und verbessern die Navigation
- KI-Algorithmen **automatisieren den Testprozess im Webdesign**, erkennen Fehler und Unstimmigkeiten



# ZUSAMMENFASSUNG: WAS SOLL ICH JETZT TUN?

---

A

## **Datenstrategie.**

1. Content-Leitfaden erstellen.
2. Content Bedeutung geben.
3. KI-Texte menschlich machen.
4. Qualität vor Quantität.

B

## **Datenmanagement.**

5. Datenbasis festlegen.
6. Technologie als Basis.
7. Buchbares Angebot schaffen.

C

## **Ausprobieren.**

8. Personalisierung als Kür.
9. Offen bleiben für Neues.



# MEHR netzvitamine



## netzvitamine GmbH

Elsa-Brandström-Straße 3a | 87527 Sonthofen

Standort Nord: Steinhöft 9 | 20459 Hamburg

+49 8321 7878720 | [info@netzvitamine.de](mailto:info@netzvitamine.de) | [www.netzvitamine.de](http://www.netzvitamine.de)

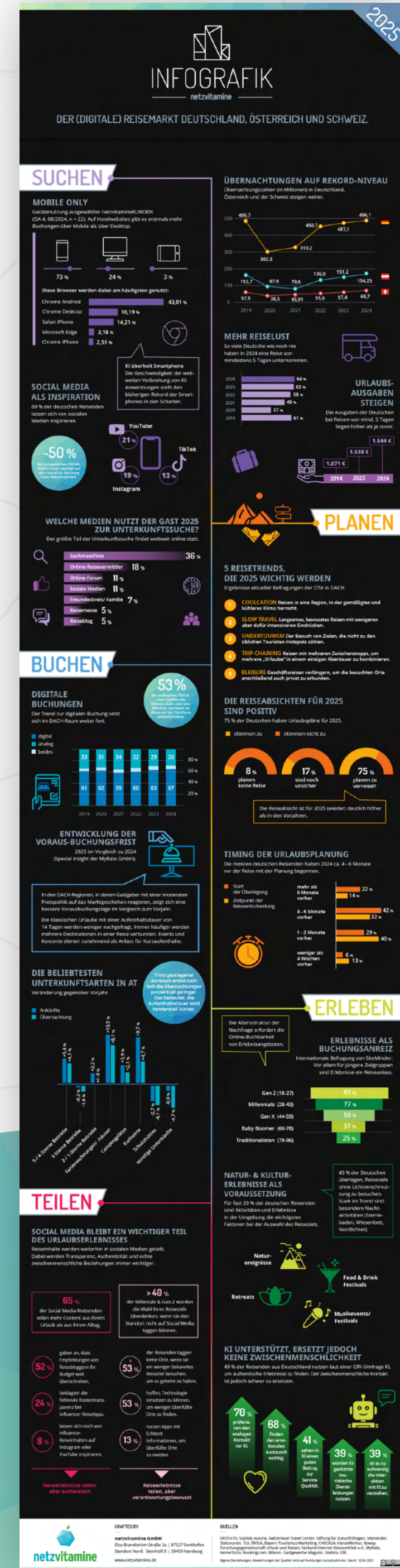
Wir sind zertifiziert.



# netzvitamine INFOGRAFIK



NETZVITAMINE.DE/INFOGRAFIK





**DSTNCMP<sup>26</sup>**  
**05. - 07. MAI, BRIXEN**



**Auf ein Wiedersehen in Südtirol.**

[DSTNCMP.COM](http://DSTNCMP.COM)

# RELEVANTE THEMEN FÜR VOLLBLUTTOURISTIKER:INNEN.



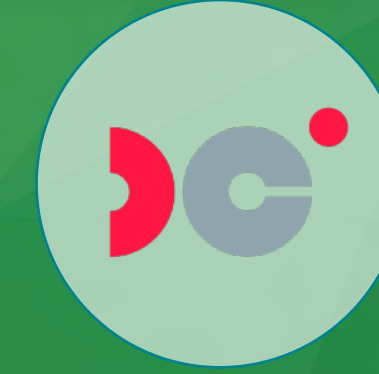
## AKADEMIEWOCHEN (19. - 30. Januar 2026)

- » 2 WISSEN-TO-GO Schulungen pro Tag
- » Checklisten für die Umsetzung
- » unternehmensgebundene Tickets,  
Abwechseln im Team möglich



## ZERTIFIKATSKURSE (individuell auf Anfrage)

- » tiefgehende Inhalte
- » mehrmodulige Fortbildungen
- » zugeschnitten auf die Teilnehmer:innen
- » persönliches Teilnahme-Zertifikat



## AUF DEM DSTNCMP<sup>25</sup> (03. - 05. Juni, Düsseldorf)

- » 6 x 2 h WISSEN-TO-GO
- » Kurse zu aktuellen Themen,  
insbesondere für Führungskräfte
- » Teilnahmezertifikat möglich

