

AI Tour Guide

Simultan. Offline. Für alle.

Die Zukunft des mehrsprachigen Tourismus beginnt jetzt.



Das Problem kennen Sie

**8 Deutsche. 6 Amerikaner. 4 Japaner. 2
Spanier.**

Ein Guide. Eine Sprache. Eine Chance verpasst.

Was Destinationen täglich erleben

78%

der Guides
erreichen nicht alle Gäste in
ihrer Gruppe

40%

der Top-
Sehenswürdigkeiten
haben kein stabiles Netz

25K+

CHF Mehrkosten
pro Jahr für mehrsprachige
Führungen

60%

der Gäste
bewerten Sprachbarrieren als
größtes Problem

Das wahre Problem

"Vor Segantinis 'Werden – Sein – Vergehen' erkläre ich die Symbolik der Lebensphasen. Die japanische Kunstliebhaber-Familie steht daneben – versteht kein Wort. Sie machen ein Foto und gehen weiter. Jeden Tag verliere ich so Momente, die berühren könnten."

– Guide, Segantini Museum St. Moritz

Menschen verstehen nicht.

Geschichten gehen verloren.

Emotionen kommen nicht an.



Unsere Antwort

AI Tour Guide

Die Idee in einem Satz:

Der Guide spricht. Jeder Gast hört – in seiner Sprache. Live. Offline. Überall.

Wie es funktioniert

01

Guide startet App auf Tablet
wählt 3 Zielsprachen

02

Gäste erhalten Funkempfänger
Sprache voreingestellt

03

Guide spricht natürlich
System übersetzt simultan

04

Gäste hören in ihrer Muttersprache
über Kopfhörer

05

Latenz 3-5 Sekunden
Guide drückt Knopf nach Satz

Was es NICHT ist – Was es IST

✗ Was es NICHT ist:

- **Google Translate** (braucht Internet)
- **Audioguide** (vorgefertigt, kein Live-Guide)
- **Simultandolmetscher** (CHF 50.000 Equipment)
- **QR-Code-App** (funktioniert in Kirchen nicht)

✓ Was es IST:

- **Offline-fähig** → Funkgeräte (Industriestandard)
- **Live-Übersetzung** → Authentizität des Guides bleibt
- **Touristisches Glossar** → "Kapellbrücke" nicht "Chapel Bridge"
- **Niedrige Kosten** → Software + Funkgeräte (vorhanden)
- **Flexibel** → 1 Person oder 50 Personen

Niemand macht das. Niemand macht offline. Niemand macht semi-maniuell.

Warum jetzt? Warum wir?

Momentum ist da

1.-2. April 2025: Live-Demo der Online-Version

3 Partner haben bereits Interesse signalisiert:

- Engadin Tourismus → internationale Gäste, Bergregionen
- Tourismusschule Bern → Ausbildungskontext
- Destination Tessin → Italienisch/Deutsch/Englisch-Mix

Technologie ist reif

- Online-Version funktioniert (demonstriert)
- Offline-KI-Modelle existieren (Whisper, NLLB-200)
- Funkgeräte-Integration erprobt (Industriestandard)
- Semi-manuelle Steuerung reduziert Latenz auf 3-5 Sek

Markt ist bereit

- Post-COVID: Tourismus sucht Innovation
- Fachkräftemangel: Guides in mehreren Sprachen kaum zu finden
- Nachhaltigkeit: Weniger redundante Touren = Ressourcenschonung
- Digitalisierung: Offline-First gewinnt (Privacy, Zuverlässigkeit)

Die Frage ist nicht OB. Sondern WER macht es zuerst.

Die Vision: Tourismus neu gedacht

Stellen Sie sich vor:

Segantini Museum St. Moritz, 14 Uhr.

Eine japanische Familie steht vor dem Triptychon 'Leben – Natur – Tod'. Die Guide erzählt auf Deutsch die Symbolik der Alpenlandschaft, spricht über Segantinis Obsession mit dem Licht. Die Tochter hört jedes Wort auf Japanisch über ihr Funkgerät. Als die Guide erklärt, wie die Mutter im Gemälde das Leben verkörpert, weint die Tochter still. Ihr Vater nickt verstehend.

Nicht Technologie. Verbindung.

Was wir erreichen wollen

Für Gäste

Jede Geschichte verstehen. Jede Emotion erleben.

Für Guides

In ihrer stärksten Sprache sprechen. Keine Repetition.

Für Destinationen

Mehrsprachigkeit ohne Mehrkosten. Inklusion statt Ausschluss.

Für Regionen

Auch strukturschwache Orte digital zugänglich.

Drei Dimensionen der Nachhaltigkeit



Ökologisch

- 40% weniger gedruckte mehrsprachige Broschüren
- 70% weniger Energie als Cloud-Streaming
- Bessere Besuchersteuerung (Echtzeit-Info reduziert Hotspots)



Ökonomisch

- CHF 15.000-30.000 Kosteneinsparung/Destination/Jahr
- 80% Entwicklungskosten bleiben in der Schweiz
- Destinationen als Partner, nicht nur Kunden



Sozial

- Barrierefreiheit (Text-Output für Höreingeschränkte)
- Lokale Guides bleiben zentral (erweitert, nicht ersetzt)
- Faire Bezahlung Content-Creator (Glossar-Entwicklung)

Tourismus kann mehr sein. Inklusiver. Nachhaltiger. Wirkungsstärker.

Warum gutundgut? Drei Gründe.



1. Netzwerk-Zugang

Destination Lab = 45 Destinationen

- Sofortiger Zugang zu Pilotpartnern
- Strukturierte Erkenntnismultiplikation
- Testing über verschiedene Destinationstypen

Walk the Talk = SECO-Mandat

- Systematischer Wissenstransfer
- Best Practices für gesamte Branche
- Offizielle Förderstruktur-Anbindung

Tourism Camp Switzerland = Innovation Hub

- Session "Mehrsprachigkeit ohne Mehrkosten"
- Community-Feedback in Echtzeit
- Weitere Pilotpartner gewinnen



2. Komplementäre Vision

Tourist Office 3.0 (gutundgut) → physische Infrastruktur

+

AI Tour Guide (wir) → digitale Live-Informationstechnik

=

Der Multi Linguale Anker im Tourismusbüro

Gemeinsam vervollständigen wir das Bild:

Guide-Service von morgen, heute möglich.



3. Förder-Expertise

- Nachgewiesene Erfolge: Tourist Office Lab, Destination Lab, Mobile Tourist Office
- Direkte SECO-Beziehung: Erhöht Chancen signifikant
- Verständnis für Innotour-Kriterien: Innovation + Kooperation + Wissen
- Erfahrung mit Pilotierung: Iterativ, lernend, praxisnah

gutundgut öffnet Türen, die allein verschlossen bleiben.

Der Plan: Pilot vor Scale



Phase 1: Entwicklung

Monate 1-6 → CHF 200.000

- Offline-Prototyp fertigstellen
- Beste Offline-KI-Optionen ausloten
- Funkgeräte-Integration optimieren
- Glossar-Grundstock (3 Sprachen, 2.000 Begriffe)

Meilenstein: Beta-Version ready für Testing

Phase 2: Pilot

Monate 7-12 → CHF 400.000

3 Destinationen, 3 Anwendungsfälle

Meilenstein: 3 funktionierende Referenzen



Phase 3: Evaluation

Monate 13-18 → CHF 200.000

- Datenauswertung & ROI-Kalkulation
- Best-Practice-Dokumentation
- Walk the Talk Event
- Tourism Camp Session

Meilenstein: Transferwissen für 45 Destinationen

Phase 4: Skalierung

Monate 19-24 → CHF 200.000

- 5 weitere Destinationen onboarden
- Spracherweiterung (3 → 6 Sprachen)
- Marketing & Sales-Infrastruktur

Meilenstein: 8 Destinationen aktiv, System skalierbar

Phase 2: Pilot im Detail

3 Destinationen, 3 Anwendungsfälle (Monate 7-12)

Destination	Typ	Sprachen	Besonderheit
Engadin Tourismus	Bergtourismus	DE/EN/IT/JA	Offline-kritisch, internationale Gäste
Tourismusschule Bern	Ausbildung	DE/FR/EN	Studierende als Guides, Training-Kontext
Destination Tessin	Kultur/Museum	IT/DE/FR	Indoor, vorgefertigte Routen

Pro Destination:

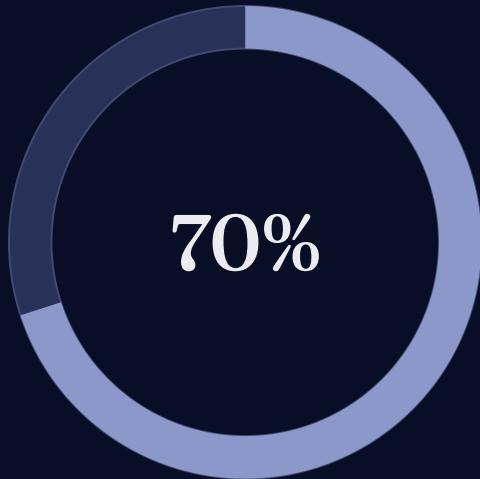
- 20 Führungen mit SmartGuide
- 2-wöchige Sprint-Zyklen
- Wöchentliche Retrospektiven

Messung:

- Gästezufriedenheit (Ziel: $\geq 4.2/5.0$)
- Übersetzungsqualität (Ziel: $\geq 85\%$ "sehr gut")
- System-Stabilität (Ziel: $\geq 95\%$ Uptime)
- Guide-Akzeptanz (Ziel: $\geq 80\%$ würden weitermachen)

Finanzierung: Shared Investment

Gesamtprojekt: CHF 1.000.000 (24 Monate)



Innotour-Förderung

CHF 700.000



Eigenleistung Partner

CHF 200.000 (Destinationen)



Eigenkapital

CHF 100.000 (AI Tour Guide UG)

Innotour-Fit:

- **Innovation**
Erste offline-fähige Live-Übersetzung für Tourismus
- **Kooperation**
Min. 3 Destinationen, Transfer über Destination Lab
- **Wissen**
Systematische Dokumentation, Walk the Talk
- **Digitalisierung**
KI-Lösung für traditionelle Herausforderung
- **Nachhaltigkeit**
Energie-Effizienz, Inklusion, Kostenreduktion

Timeline:

- **November 2025:** Antragstellung bei Innotour
- **April 2026:** Bewilligung erwartet
- **Mai 2026:** Projektstart

gutundgut als Partner erhöht Bewilligungschancen signifikant.

Geschäftsmodell: Partner, nicht Kunden

Grundprinzipien:

Shared Ownership

- Destinationen sind Partner mit Anteil am System
- Nicht-extraktives Modell
- Lokale Wertschöpfung im Fokus

Co-Development

- Geschäftsmodell gemeinsam mit gutundgut entwickeln
- Flexible Optionen: Lizenz / Per-Use / Freemium
- Je nach Destinationsgröße angepasst

Nachhaltig selbsttragend

- Nach Förderphase wirtschaftlich eigenständig
- Keine Lock-in-Abhängigkeit
- Open-Source-Option nach 5 Jahren möglich

Was wir NICHT wollen:

- ❌ Destinationen als "Kunden"
- ❌ Extraktives SaaS-Modell
- ❌ Vendor-Lock-in
- ❌ Datenmonetarisierung

Was wir wollen:

- ✓ Partnerschaftliches Ökosystem
- ✓ Gemeinsame Weiterentwicklung
- ✓ Transparente Kostenstruktur
- ✓ Destinationen behalten Kontrolle

Details: Im Förderantrag gemeinsam mit gutundgut ausarbeiten.

Technologie: Innovation meets Pragmatismus

Offline-First, weil Realität nicht immer online ist

40% der Schweizer Top-Sehenswürdigkeiten haben unzureichendes Netz:

- Segantini Museum St. Moritz → dicke Steinmauern, Denkmalschutz
- Gletscherwanderungen → keine Mobilfunk-Abdeckung
- Kunstmuseen → WLAN blockiert Zugriffe
- Kirchen → Denkmalschutz verhindert Infrastruktur

System-Architektur:

Guide-Side

- Tablet (iPad) mit SmartGuide App
- Sprachauswahl: max. 3 Sprachen pro Tour
- Verbindung zu Funksendern
- Semi-manuelle Steuerung (Knopfdruck nach Satz)

Gast-Side

- Klassische Funkempfänger (Industriestandard)
- Kopfhörer
- Sprache voreingestellt (Kanal-Wahl)
- Kein App-Download nötig

Backend (offline)

- Lokale Spracherkennung (Whisper-Modell)
- Offline-Übersetzung (NLLB-200 + touristisches Glossar)
- Text-to-Speech (natürliche Stimmen)
- Latenz: 3-5 Sekunden

Sprachkonfiguration & Datenschutz

Sprachkonfiguration:

- **System:** bis zu 20 Sprachen installierbar
- **Pro Tour:** max. 3 Sprachen aktiv
- **Balance:** Flexibilität vs. Qualität/Latenz
- **Erweiterbar:** Zusätzliche Sprachen nachinstallierbar

Datenschutz by Design:

- Alle Daten bleiben offline am Gerät
- Keine Speicherung von Gästedataen
- Keine Cloud-Übertragung
- DSGVO-konform durch Offline-First

Optional: WLAN-Variante für Gäste mit eigenen Handys

Das Team: Erfahrung trifft Innovation



Ulrich Berger | Consulting

- 25 Jahre Tourismus-Innovation
- Technisches Know-how + Marktkenntnis



Alexander Deibel | AI Tour Guide UG

- Systemarchitektur & Projektmanagement
- Entwicklung + User Experience



**Rafael Enzler | gutundgut
(angefragt)**

- Tourismusstratege & Netzwerker
- Destination Lab + St.Gallen-Bodensee Tourismus-Präsident
- Schlüssel zu Pilotdestinationen + Förderexpertise

Warum diese Konstellation funktioniert:

- Technologie (SmartStreaming + Gaudio) + Tourismus-Netzwerk (gutundgut)
- Innovation (KI-Entwicklung) + Pragmatismus (Tourist Office 3.0)
- Startup-Agilität (AI Tour) + Etablierte Strukturen (Destination Lab)

Gemeinsam: Mehr als die Summe der Teile.

Risiken: Ehrlich, transparent, lösbar

1

Übersetzungsqualität bei
Dialekten/Fachbegriffen

Mitigation:

- Touristisches Glossar mit 5.000+ Begriffen
- Kontinuierliches Training mit realen Führungen
- Feedback-Loop zur Qualitätsverbesserung
- Semi-manuelle Steuerung erhöht Genauigkeit

2

Guide-Akzeptanz ("zu kompliziert", "ersetzt uns")

Mitigation:

- Intensive Schulung (2 Stunden)
- Betonung: "Erweiterung, nicht Ersatz"
- Guides als Co-Designer in Entwicklung einbinden
- Erfolgsgeschichten früh kommunizieren

3

Wirtschaftlichkeit nach
Förderphase

Mitigation:

- Konservative Break-even-Rechnung
- Mehrere Geschäftsmodell-Varianten
- Shared Ownership reduziert Kostenrisiko
- Open-Source-Option als Failsafe

Wir gehen diese Risiken offen an. Gemeinsam mit gutundgut.

Skalierung: Von Schweiz zu Global



Schweizer Pilotierung (2026-2027)

- 3 Destinationen in Phase 2
- 8 Destinationen in Phase 4
- Transfer über Destination Lab (45 Destinationen)

DACH-Expansion (2028)

- Deutschland: Berlin, München, Dresden
- Österreich: Wien, Salzburg, Innsbruck
- Anpassung an lokale Förderprogramme

Globales Potenzial (2029+)

- Frankreich, Italien, Spanien (Kultur-Tourismus)
- Asien (Japan, Südkorea - hohe Tech-Affinität)
- USA (Nationalparks, Museen)

Marktpotenzial

- **Schweiz:** ~150 Destinationen → CHF 600k Umsatzpotenzial/Jahr
- **DACH:** ~800 Destinationen → CHF 3,2 Mio/Jahr
- **Europa:** ~5.000 Destinationen → CHF 20 Mio/Jahr

Aber: Wir starten klein. Lernen schnell. Skalieren klug.



Die Einladung: Lasst uns gemeinsam Geschichte schreiben

Was wir von gutundgut brauchen:

- 1 Partnerschaft für Innotour-Antrag
Erhöht Glaubwürdigkeit & Bewilligungschancen
- 2 Vermittlung zu 3 Pilot-Destinationen
Engadin, Bern, Tessin bereits interessiert
- 3 Integration ins Destination Lab
Transfer-Multiplikation für 45 Destinationen
- 4 Co-Development Geschäftsmodell
Gemeinsam faire, nachhaltige Struktur entwickeln

Was gutundgut davon hat:

- 1 Innovationsprojekt im Portfolio
Als Referenz für zukünftige Projekte
- 2 Direkter Impact für Destination Lab-Mitglieder
Konkrete Vorteile für die beteiligten Destinationen
- 3 Walk the Talk Content
Erfüllung des SECO-Mandats durch praktische Umsetzung
- 4 Tourist Office 3.0 Komplettierung
Vereinigung von physischen und digitalen Angeboten
- 5 Förderantrag-Erfolg
Eine gemeinsame Bilanz des Erfolgs
- 6 First Mover Advantage
Positionierung vor anderen Beratern im Bereich

“

Wir bauen nicht für Destinationen.
Wir bauen MIT Destinationen.
Und MIT gutundgut.

”



Nächster Schritt:

1

30-Minuten-Gespräch

Wir besprechen den Inhalt dieser Präsentation.

Ihr stellt Fragen.

Wir entscheiden gemeinsam: Passt das?

2

Verfügbarkeit

[Eure Terminvorschläge]

3

Kontakt

Ulrich Berger Beratung | ubb1@gmx.ch |
+41 76 484 25 29

AI Tour Guide

Simultan. Offline. Für alle.

Die Frage ist nicht OB.

Die Frage ist: MIT WEM?

Lasst uns die Antwort gemeinsam sein.

