

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.

78%

Guides erreichen nicht  
alle Gäste  
in ihrer Gruppe

40%

Top-Sehenswürdigkeiten  
haben kein stabiles Netz

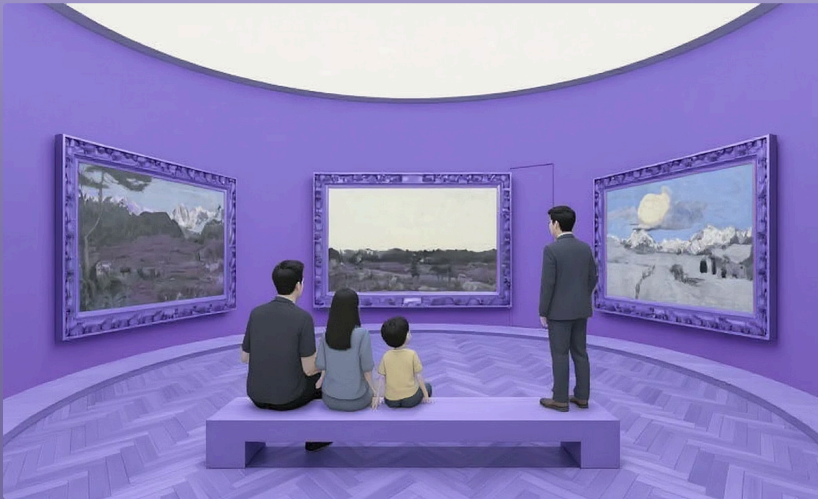
25K+

CHF Mehrkosten  
pro Jahr für mehrsprachige  
Führungen

60%

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

## Der Guide spricht. Jeder Gast hört – in seiner Sprache.

### Live

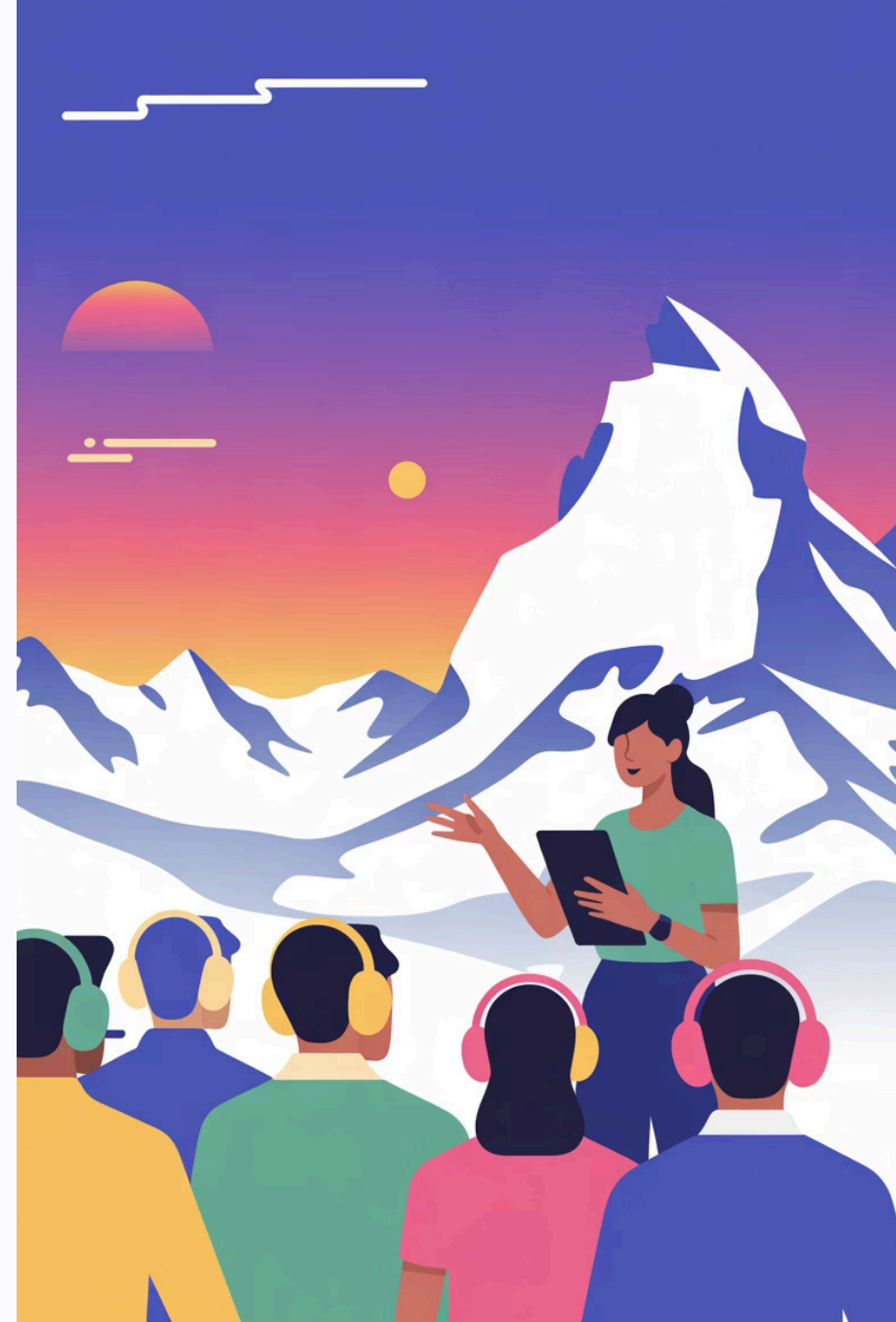
Authentische Führung in  
Echtzeit

### Offline

Funktioniert überall,  
ohne Internet

### Überall

Berge, Museen, Kirchen



# Wie es funktioniert

1

Guide startet App

Tablet mit SmartGuide App, wählt 3 Zielsprachen

2

Gäste erhalten Funkempfänger

Sprache voreingestellt, Kopfhörer bereit

3

Guide spricht natürlich

System übersetzt simultan offline

4

Gäste hören in Muttersprache

Über Kopfhörer, Latenz nur 3-5 Sekunden

5

Semi-manuelle Steuerung

Guide drückt Knopf nach jedem Satz

# Was es ist – und was nicht

## 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 mit Funkgeräten
- Live-Übersetzung mit Authentizität
- Touristisches Glossar integriert
- Niedrige Kosten, hohe Flexibilität
- 1 bis 50 Personen gleichzeitig

 **Niemand macht das.** Niemand macht offline. Niemand macht semi-manuell.

# Warum jetzt? Warum wir?



## Momentum ist da

1.-2. April 2025: Live-Demo der Online-Version. 3 Partner haben bereits Interesse signalisiert: Engadin Tourismus, Tourismusschule Bern, Destination Tessin.



## Technologie ist reif

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



## Markt ist bereit

Post-COVID sucht Tourismus Innovation. Fachkräftemangel bei mehrsprachigen Guides. Nachhaltigkeit durch weniger redundante Touren. Offline-First gewinnt bei Privacy und 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. 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. Keine Sprachbarrieren mehr.



## Für Guides

In ihrer stärksten Sprache sprechen. Keine Repetition. Authentizität bewahren.



## Für Destinationen

Mehrsprachigkeit ohne Mehrkosten. Inklusion statt Ausschluss.



## Für Regionen

Auch strukturschwache Orte digital zugänglich machen.

# Drei Dimensionen der Nachhaltigkeit

## Ökologisch

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



## Ökonomisch

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

## Sozial

- Barrierefreiheit (Text-Output für Höreingeschränkte)
- Lokale Guides bleiben zentral
- Faire Bezahlung Content-Creator

Tourismus kann mehr sein. Inklusiver. Nachhaltiger. Wirkungsstärker.

# Warum gutundgut? Drei Gründe.

1

## Netzwerk-Zugang

**Destination Lab:** 45 Destinationen, sofortiger Zugang zu Pilotpartnern, strukturierte Erkenntnismultiplikation.

**Walk the Talk:** SECO-Mandat, systematischer Wissenstransfer, Best Practices für gesamte Branche.

**Tourism Camp Switzerland:** Innovation Hub, Session "Mehrsprachigkeit ohne Mehrkosten", Community-Feedback in Echtzeit.

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 3: Evaluation

**Monate 13-18 | CHF 200.000**

Datenauswertung & ROI-Kalkulation, Best-Practice-Dokumentation, Walk the Talk Event, Tourism Camp Session, Go/No-Go Entscheidung.

*Meilenstein: Transferwissen für 45 Destinationen*

1

2

3

4

## Phase 2: Pilot

**Monate 7-12 | CHF 400.000**

3 Destinationen, 3 Anwendungsfälle. Pro Destination: 20 Führungen mit SmartGuide, 2-wöchige Sprint-Zyklen, wöchentliche Retrospektiven.

*Meilenstein: 3 funktionierende Referenzen*

## Phase 4: Skalierung

**Monate 19-24 | CHF 200.000**

5 weitere Destinationen onboarden, Spracherweiterung (3 → 6 Sprachen), Marketing & Sales-Infrastruktur, Vorbereitung internationaler Rollout.

*Meilenstein: 8 Destinationen aktiv, System skalierbar*

# Pilot-Destinationen: Drei Anwendungsfälle

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

## Messkriterien

4.2/5

Gästezufriedenheit

Zielwert

85%

Übersetzungsqualität

"sehr gut" Bewertungen

95%

System-Stabilität

Uptime

80%

Guide-Akzeptanz

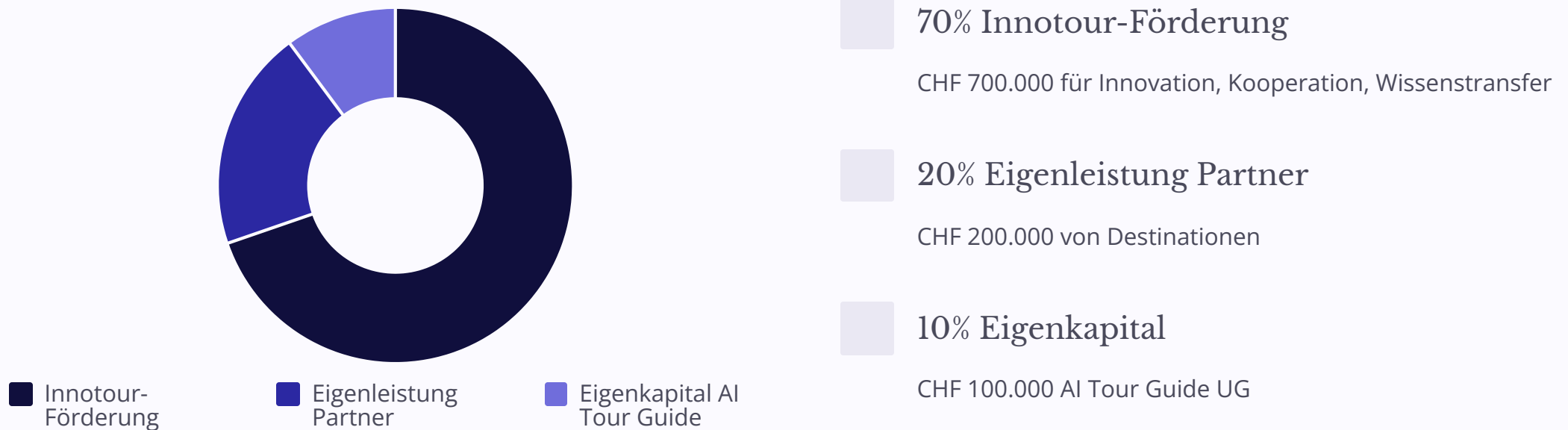
würden weitermachen



# Finanzierung: Shared Investment

## CHF 1.000.000

Gesamtprojekt über 24 Monate



# Innotour-Fit: Perfekte Passung



## Innovation

Erste offline-fähige Live-Übersetzung für Tourismus



## Kooperation

Minimum 3 Destinationen, Transfer über Destination Lab



## Wissen

Systematische Dokumentation, Walk the Talk



## Digitalisierung

KI-Lösung für traditionelle Herausforderung



## Nachhaltigkeit

Energie-Effizienz, Inklusion, Kostenreduktion

November 2025

Antragstellung bei Innotour

Mai 2026

Projektstart

April 2026

Bewilligung erwartet

 gutundgut als Partner erhöht Bewilligungschancen signifikant.

# Geschäftsmodell: Partner, nicht Kunden

## 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-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).



### Guide-Side

Tablet mit SmartGuide App, Sprachauswahl max. 3 Sprachen, Verbindung zu Funksendern, semi-manuelle Steuerung



### Gast-Side

Klassische Funkempfänger, Kopfhörer, Sprache voreingestellt, kein App-Download nötig



### Backend (offline)

Lokale Spracherkennung (Whisper), Offline-Übersetzung (NLLB-200), Text-to-Speech, Latenz 3-5 Sekunden



**Datenschutz by Design:** Alle Daten bleiben offline am Gerät. Keine Speicherung von Gästedaten. Keine Cloud-Übertragung. DSGVO-konform durch Offline-First.

# Das Team: Erfahrung trifft Innovation



Ulrich Berger

**Consulting**

25 Jahre Tourismus-Innovation.

Technisches Know-how

+ Marktkennntnis.



Alexander Deibel

**AI Tour Guide UG**

Projektmanagement.

Entwicklung + User Experience.



Rafael Enzler

**gutundgut (angefragt)**

Tourismusstrategie & 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

## Risiko 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

## Risiko 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

## Risiko 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.

# 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

-  Innovationsprojekt im Portfolio (Referenz)
-  Direkter Impact für Destination Lab-Mitglieder
-  Walk the Talk Content (SECO-Mandat erfüllen)
-  Tourist Office 3.0 Komplettierung (physisch + digital)
-  Förderantrag-Erfolg (gemeinsame Bilanz)
-  First Mover Advantage (vor anderen Beratern)

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



## Nächster Schritt: ☕ 30-Minuten-Gespräch

Wir besprechen den Inhalt dieser Präsentation. Ihr stellt Fragen. Wir entscheiden gemeinsam: Passt das?

[Kontakt aufnehmen](#)

**Ulrich Berger Beratung**

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

Die Frage ist nicht OB.  
Die Frage ist: MIT WEM?

Lasst uns die Antwort gemeinsam  
sein.