

— MANAGEMENT BRIEFING

KI-Sichtbarkeit

Wie Unternehmen in KI-Systemen gefunden werden.

KI-Sichtbarkeit wird zur neuen digitalen Auffindbarkeit

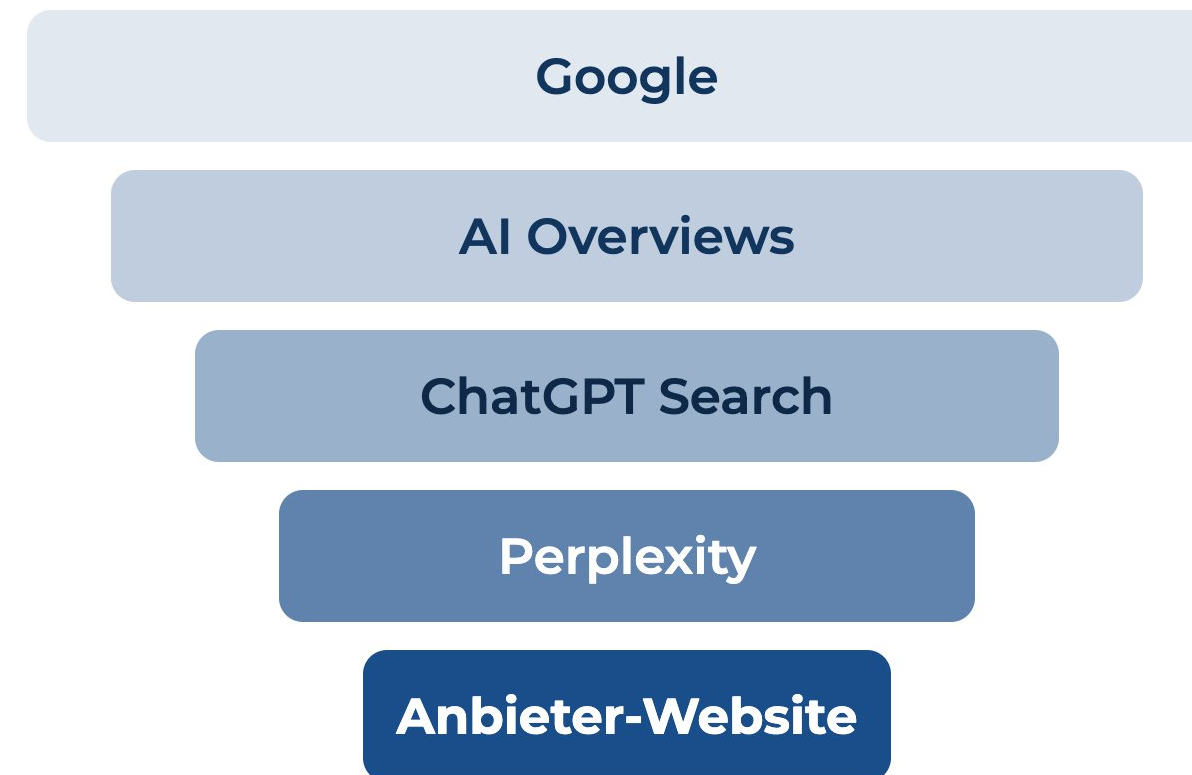
Kunden suchen nicht mehr nur über Google — sie stellen ihre Fragen direkt an KI-Systeme.

- ♦ Sichtbarkeit entsteht zunehmend in Antworten, Zusammenfassungen und Empfehlungen.
- ♦ Wer dort nicht erscheint, verliert früh Einfluss im Entscheidungsprozess.
- ♦ Klassische SEO bleibt wichtig, reicht aber nicht mehr allein.

-25 %

prognostizierter Rückgang
klassischer Suchmaschinen-
Nutzung bis 2026
Quelle: Gartner

DIE SUCHREISE ALS TRICHTER



KI-Systeme liefern Antworten, nicht nur Links

Sie kuratieren Informationen, verdichten sie und nennen ausgewählte Quellen.

SEO

Search Engine Optimization

Ranking in Suchergebnissen

AEO

Answer Engine Optimization

Antwortfähigkeit

GEO

Generative Engine Optimization

Zitierfähigkeit in KI-Antworten

♦ **Google AI Overviews & AI Mode** nutzen Inhalte aus dem Google-Index.

♦ **ChatGPT Search** liefert aktuelle Antworten mit Links zu Webquellen.

♦ **Perplexity** arbeitet besonders stark mit Quellenverweisen.

Die neue Frage: Wird unser Unternehmen als Quelle verstanden?

KI-Sichtbarkeit hängt davon ab, ob Maschinen Leistungen, Themen, Belege und Vertrauenssignale eindeutig erkennen.

- ◆ Unklare Websites werden schwerer zu zitieren.
- ◆ Allgemeine Marketingtexte sind weniger geeignet als konkrete, belegbare Inhalte.
- ◆ Gute KI-Sichtbarkeit beginnt bei sauberer Website-Struktur.

01

Technik

Indexierbarkeit, Zugänglichkeit, Performance

02

Struktur

Klare Seitenarchitektur & strukturierte Daten

03

Fachinhalt

Konkrete, belegbare Leistungen statt Werbetext

04

Vertrauen

Autoren, Referenzen, Fallbeispiele, Quellen

SEO bleibt Basis — KI-Sichtbarkeit ergänzt sie

04

KI-Sichtbarkeit ersetzt SEO nicht. Sie erweitert SEO um Antwort-, Quellen- und Kontextlogik.

- ♦ **SEO** sorgt für Indexierbarkeit und organische Auffindbarkeit.
- ♦ **AEO** sorgt für präzise beantwortbare Inhalte.
- ♦ **GEO** erhöht die Chance, in generativen Antworten genannt zu werden.

GEO **Zitate**
in generativen Antworten genannt werden

AEO **Antworten**
präzise beantwortbare Inhalte

SEO **Basis**
Indexierbarkeit & organische Auffindbarkeit

| Was KI-Systeme bevorzugen

Bevorzugt werden Inhalte, die eindeutig, belegbar, aktuell und strukturiert sind.

- ◆ Klare Leistungsseiten statt austauschbarer Image-Texte.
- ◆ FAQ-, Ratgeber- und Vergleichsinhalte mit konkreten Antworten.
- ◆ Nachvollziehbare Expertise: Autoren, Referenzen, Fallbeispiele, Quellen.
- ◆ Strukturierte Daten helfen, Inhalte besser einzuordnen.

CHECKLISTE: KI-LESBARE WEBSITE

- ✓ Indexierbar
- ✓ Thematisch eindeutig
- ✓ Faktenreich
- ✓ Strukturiert
- ✓ Vertrauenswürdig

| Die größten Schwachstellen im Mittelstand

Fachlich gut gemeint — für KI-Systeme
 aber oft zu unscharf.

- ◆ Leistungen sind nicht eindeutig beschrieben.
- ◆ Branchen, Zielgruppen und typische Kundenprobleme fehlen.
- ◆ Inhalte sind zu werblich und zu wenig erklärend.
- ◆ Technische Blocker (noindex, nosnippet, schwache Struktur) verhindern Sichtbarkeit.

Technik

Inhalt

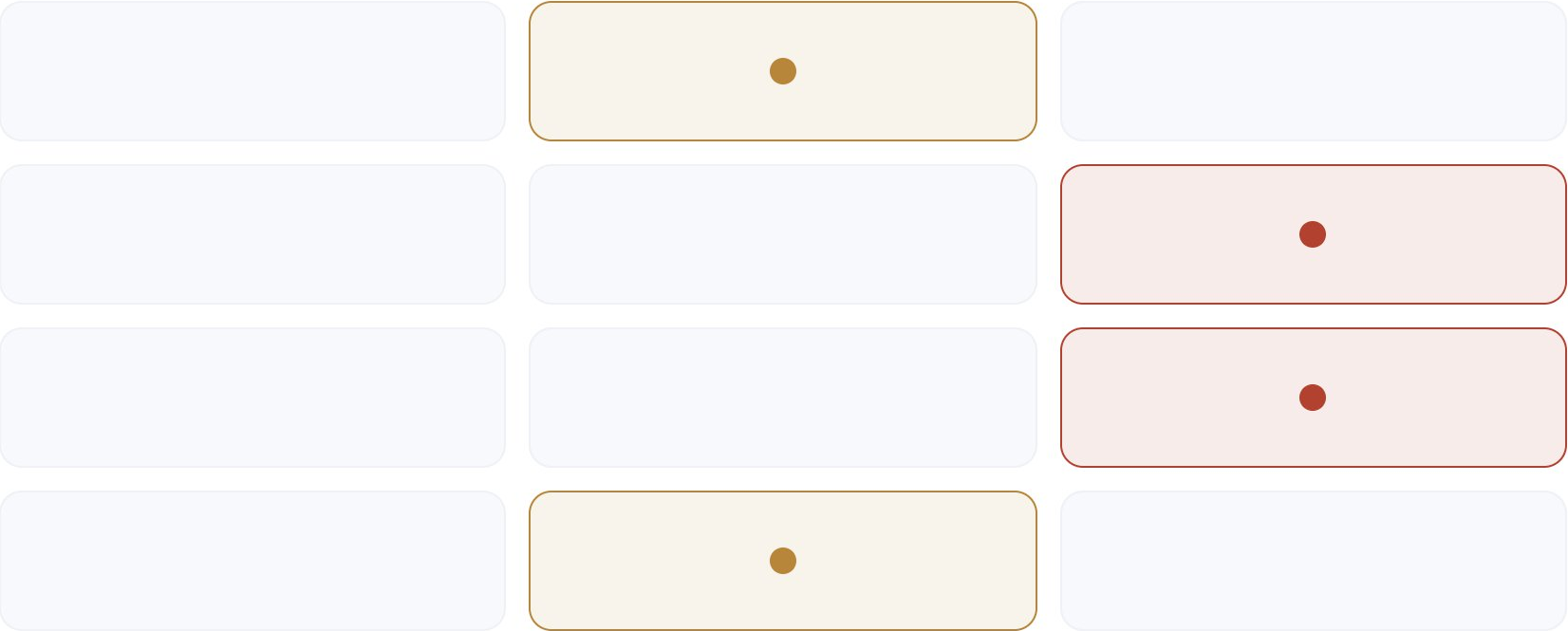
Struktur

Vertrauen

NIEDRIG

MITTEL

HOCH



Besonders wichtig für erklärungsbedürftige B2B-Leistungen

Je komplexer die Leistung, desto stärker entscheidet die Antwortqualität über den ersten Kontakt.

- ◆ Geschäftsführer fragen KI-Systeme nach Orientierung, Anbietern, Risiken und Vorgehen.
- ◆ Sichtbarkeit entsteht nicht nur bei Markennamen, sondern bei Problemfragen.

Problemfragen

Vergleichsfragen

Risiko-Fragen

Umsetzungsfragen

Anbieterfragen

WONACH GEFRAGT WIRD

„Wie führe ich KI-Telefonie im Mittelstand ein?“

statt „Anbieter X“

| Messung: Nicht nur Traffic zählen

KI-Sichtbarkeit braucht eigene Kennzahlen neben klassischen SEO-KPIs.

- ◆ Wird die Marke in KI-Antworten erwähnt?
- ◆ Wird die Website als Quelle verlinkt?
- ◆ Bei welchen Themen erscheint das Unternehmen?
- ◆ Sind Wettbewerber häufiger sichtbar?

Mention Rate

Wie oft die Marke in KI-Antworten erwähnt wird

Citation Rate

Wie oft die Website als Quelle verlinkt wird

Themenabdeckung

Bei welchen Themen das Unternehmen erscheint

Wettbewerbsvergleich

Sichtbarkeit im Verhältnis zu Wettbewerbern

Leadqualität

Qualität der über KI-Kanäle entstehenden Anfragen

| Empfohlener 90-Tage-Fahrplan

Der Einstieg erfolgt pragmatisch: prüfen, priorisieren, verbessern, messen.

1

WOCHE 1-2 Audit

Website technisch prüfen:
Indexierung, Snippets,
Performance, Struktur.

2

WOCHE 3-6 Struktur

Kernleistungen
maschinenlesbar und fachlich
präzise beschreiben.

3

WOCHE 7-10 Inhalte

Antwortseiten für die
wichtigsten Kundenfragen
erstellen.

4

WOCHE 11-12 Messung

KI-Sichtbarkeit regelmäßig
gegen Wettbewerber testen.

Entscheidungsvorlage für Geschäftsführer

KI-Sichtbarkeit ist kein Marketingexperiment, sondern Teil der digitalen Vertriebsfähigkeit.

Status prüfen

Lücken erkennen

Maßnahmen priorisieren

Sichtbarkeit verbessern

- ◆ Entscheidung: KI-Sichtbarkeit aktiv aufbauen oder dem Markt überlassen.
- ◆ Sofort sinnvoll: Sichtbarkeitscheck für Website, Inhalte und technische Signale.
- ◆ Ziel: besser gefunden, besser verstanden, häufiger als relevante Quelle genannt.

NÄCHSTER SCHRITT

Kostenlosen KrambergAI KI-Sichtbarkeitscheck durchführen und priorisierte Maßnahmen ableiten.

**KI-Sichtbarkeitscheck
starten**

krambergai.com