Arbeitshilfe für Marketing und Kommunikation · Stand November 2026

Werdet ihr in KI-Antworten *genannt?*

Der KI-Sichtbarkeits-Check: mit einem Set aus 20 Prompts, einem Messblatt und klaren Kennzahlen prüft ihr, ob ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot und Google eure Marke nennen, was sie über euch sagen und was ihr in 30 Tagen verbessern könnt.

Prompt-Set	KI-Systeme	Plan
20	**5**	**30 Tage**
Muster-Prompts entlang der Entscheidung eurer Zielgruppe	ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot und Google mit AI Mode	von der ersten Messung bis zur zweiten, mit Maßnahmen dazwischen

Der Check in vier Schritten

01 Prompt-Set
20 Fragen, die eure Zielgruppe wirklich stellt

02 Messen
In fünf Systemen nach festen Regeln

03 Auswerten
Nennung, Quelle, Tonalität, Fakten

04 Verbessern
Inhalte, Technik und Erwähnungen

Der Check beantwortet

- Bei welchen Fragen werden wir genannt, bei welchen nicht?
- Welche Wettbewerber tauchen statt uns auf?
- Stimmt, was KI-Systeme über uns sagen?
- Welche Quellen nutzen die Systeme für ihre Antworten?
- Welche Inhalte fehlen uns?
- Was verbessern wir zuerst?

Was ihr braucht

Eine verantwortliche Person, Zugang zu den fünf Systemen und dieses Messblatt. Kein Budget für Werkzeuge nötig.

Aufwand

Rund ein halber Tag für die erste Messung, danach etwa zwei Stunden im Monat für die Wiederholung.

Ergebnis

Ein Lagebild mit vier Kennzahlen und eine priorisierte Maßnahmenliste, die ihr der Leitung vorlegen könnt.

Für wen: Marketing-, SEO- und Kommunikationsteams, die wissen wollen, wie ihre Marke in KI-Antworten dasteht, ohne gleich in ein Monitoring-Werkzeug zu investieren. Messblatt und Prompt-Vorlage zum Ausdrucken ab Seite 13.

Inhalt

Erst messen, *dann optimieren.*

Kapitel 1 erklärt, warum KI-Sichtbarkeit zählt. Kapitel 2 bis 6 führen durch den Check, Kapitel 7 bis 9 zeigen, was ihr danach tut.

01	Warum KI-Sichtbarkeit zählt und wie Systeme Quellen wählen	Verstehen	S. 3
02	Das Prompt-Set aufbauen	Umsetzen	S. 4
03	20 Muster-Prompts, Teil 1: Problem und Lösung	Vorlage	S. 5
04	20 Muster-Prompts, Teil 2: Auswahl und Marke	Vorlage	S. 6
05	Messen: Systeme und Regeln	Umsetzen	S. 7
06	Messblatt und Kennzahlen	Umsetzen	S. 8
07	Auswerten: vom Muster zur Maßnahme	Umsetzen	S. 9
08	Checkliste für zitierfähige Inhalte	Prüfen	S. 10
09	Der 30-Tage-Plan	Umsetzen	S. 11
10	Stolperfallen und Selbstcheck	Prüfen	S. 12
11	Messblatt und Prompt-Vorlage zum Ausdrucken	Vorlagen	S. 13

Schnelleinstieg: Wer nur eine Stunde hat, nimmt die fünf Prompts der Kategorie „Auswahl“ von Seite 6, prüft sie in zwei Systemen und trägt das Ergebnis ins Messblatt auf Seite 13 ein. Das zeigt bereits, ob ihr bei Kaufentscheidungen vorkommt.

Kapitel 01

Warum KI-Sichtbarkeit *zählt.*

Immer mehr Fragen werden beantwortet, bevor jemand eine Website besucht. Wer in der Antwort genannt wird, prägt die Vorauswahl. Wer fehlt, wird oft gar nicht erst in Betracht gezogen.

Mit KI-Zusammenfassung	Ohne KI-Zusammenfassung
8 %	**15 %**
der Suchen endeten mit einem Klick auf ein klassisches Ergebnis	der Suchen endeten mit einem Klick auf ein klassisches Ergebnis

Pew Research Center, Juli 2025: Browsing-Daten von 900 Erwachsenen in den USA aus dem März 2025.

Für Unternehmen heißt das: Besucherzahlen allein zeigen nicht mehr, wie sichtbar ihr seid. Eine Nennung in einer KI-Antwort wirkt, auch wenn niemand klickt, etwa über eine spätere Markensuche oder eine direkte Anfrage. Deshalb lohnt es sich, Sichtbarkeit in KI-Antworten eigens zu messen.

Wie KI-Systeme ihre Quellen auswählen

01 Suche im Hintergrund

Systeme mit Websuche holen sich zu einer Frage aktuelle Seiten und stützen ihre Antwort darauf. Was nicht gefunden wird, kann nicht zitiert werden.

02 Zerlegte Fragen

Google AI Mode und andere Systeme zerlegen eine Frage in mehrere Teilfragen. Wer nur die Hauptfrage beantwortet, verpasst die übrigen.

03 Erwähnungen anderswo

Was Fachmedien, Bewertungsportale und Foren über euch schreiben, fließt in das Bild ein, das KI-Systeme von euch zeichnen.

Was sich für euer Reporting ändert

BISHER IM FOKUS	ZUSÄTZLICH MESSEN
Rankings für Suchbegriffe	Nennungen in Antworten auf ganze Fragen
Klicks und Besuche	Markensuchen und direkte Anfragen nach einer Nennung
Backlinks	Erwähnungen in Quellen, die KI-Systeme zitieren

Wichtig: Kein Anbieter veröffentlicht vollständige Kriterien, nach denen Quellen ausgewählt werden. Antworten schwanken außerdem von Abfrage zu Abfrage. Der Check liefert deshalb kein exaktes Ranking, sondern ein belastbares Lagebild, das ihr regelmäßig wiederholt.

Kapitel 02

Das Prompt-Set *aufbauen.*

Ein gutes Prompt-Set bildet die Fragen ab, die eure Zielgruppe auf dem Weg zur Entscheidung stellt, nicht die Begriffe, unter denen ihr gefunden werden wollt.

Vier Kategorien, je fünf Prompts

KATEGORIE	WAS DIE ZIELGRUPPE WISSEN WILL	EURE MARKE IM PROMPT?
1 · Problem	Woran liegt das, ist das normal, was kostet es mich?	Nein
2 · Lösung	Welche Ansätze gibt es, wie gehen andere vor?	Nein
3 · Auswahl	Welche Anbieter kommen infrage, worauf achte ich?	Nein
4 · Marke	Was ist von diesem Anbieter zu halten?	Ja

Sechs Regeln für brauchbare Prompts

01 **So fragen wie die Zielgruppe:** ganze Sätze, Alltagssprache, eher länger als ein Suchbegriff.

02 **Quellen nutzen:** Vertrieb, Kundenservice, Search Console und Gesprächsnotizen liefern echte Fragen.

03 **Kategorie 1 bis 3 ohne Markennamen:** Nur so seht ihr, ob ihr von selbst genannt werdet.

04 **Kontext angeben:** Branche, Unternehmensgröße und Region, wenn sie für die Antwort wichtig sind.

05 **Formulierung einfrieren:** Dieselben Prompts bei jeder Messung, sonst sind Ergebnisse nicht vergleichbar.

06 **Klein anfangen:** 20 Prompts genügen für den Start. Erweitert erst, wenn der Ablauf sitzt.

Vom Suchbegriff zum Prompt

SUCHBEGRIFF	SO FRAGT EURE ZIELGRUPPE EINE KI
Wartungssoftware	Welche Wartungssoftware eignet sich für einen Lebensmittelhersteller mit drei Werken?
Maschinenstillstand Kosten	Was kostet uns eine Stunde Stillstand in der Abfüllung, und wie senken wir das?
Anbieter Vergleich	Worauf sollten wir achten, wenn wir zwei Anbieter für vorausschauende Wartung vergleichen?

Platzhalter in den Muster-Prompts: `[Kategorie]` für eure Produkt- oder Leistungskategorie, `[Zielgruppe]`, `[Branche]`, `[Problem]`, `[Marke]` und `[Wettbewerber]`. Ersetzt sie vor der ersten Messung und haltet die fertigen Prompts in der Vorlage auf Seite 14 fest.

Kapitel 03 · Muster-Prompts

Problem *und Lösung.*

Kategorie 1 · Problem

01	Warum kommt es in [Branche] immer wieder zu [Problem], und was kostet das ein mittelständisches Unternehmen?
02	Ist es normal, dass [Problem] bei Unternehmen mit rund [Anzahl] Mitarbeitenden auftritt?
03	Woran erkenne ich, dass wir [Problem] nicht mehr mit Bordmitteln lösen können?
04	Welche Folgen hat es, wenn wir [Problem] noch ein Jahr aufschieben?
05	Welche Kennzahlen zeigen, wie groß [Problem] bei uns wirklich ist?

Kategorie 2 · Lösung

06	Welche Möglichkeiten gibt es, [Problem] in [Branche] dauerhaft zu lösen? Bitte mit Vor- und Nachteilen.
07	Wie gehen andere Unternehmen vor, wenn sie [Problem] mit [Kategorie] angehen?
08	Was sollte ich wissen, bevor ich in [Kategorie] investiere?
09	Lohnt sich [Kategorie] für ein Unternehmen mit [Anzahl] Mitarbeitenden, oder reicht eine einfachere Lösung?
10	Wie lange dauert die Einführung von [Kategorie] typischerweise, und welche Fehler sollte man vermeiden?

Beispiel für einen ausgefüllten Prompt

```
Welche Möglichkeiten gibt es, ungeplante Maschinenstillstände in der Lebensmittelproduktion dauerhaft zu lösen? Bitte mit Vor- und Nachteilen.
```

Warum diese Kategorien zählen: In den frühen Phasen bildet sich die Meinung, welche Lösungswege und Anbieter überhaupt infrage kommen. Wer hier als Quelle genannt wird, ist später auf der Liste.

Kapitel 04 · Muster-Prompts

Auswahl *und Marke.*

Kategorie 3 · Auswahl

11	Welche Anbieter für [Kategorie] eignen sich für [Zielgruppe] in Deutschland?
12	Worauf sollte ich bei der Auswahl eines Anbieters für [Kategorie] achten? Bitte mit Beispielen.
13	Welche Lösungen für [Kategorie] werden in [Branche] häufig empfohlen, und warum?
14	Was sind gute Alternativen zu [Wettbewerber] für [Kategorie]?
15	Welcher Anbieter für [Kategorie] ist besonders stark bei [eure wichtigste Stärke]?

Kategorie 4 · Marke

16	Was ist [Marke], und für wen eignet sich das Angebot?
17	Wie zufrieden sind Kunden mit [Marke]? Welche Stärken und Schwächen werden genannt?
18	[Marke] oder [Wettbewerber]: Was ist für [Zielgruppe] besser geeignet?
19	Was kostet [Marke] ungefähr, und wovon hängt der Preis ab?
20	Ist [Marke] ein verlässlicher Partner für [Branche]? Welche Referenzen gibt es?

Worauf ihr bei Kategorie 3 achtet

Werdet ihr genannt, an welcher Stelle, und mit welcher Begründung? Welche Wettbewerber erscheinen immer wieder?

Worauf ihr bei Kategorie 4 achtet

Stimmen Angebot, Preise und Referenzen? Veraltete oder falsche Aussagen sind ein klarer Arbeitsauftrag.

Achtung bei Preisfragen: KI-Systeme nennen Preise oft auf Basis alter Quellen. Falsche Angaben korrigiert ihr nicht im Chat, sondern über aktuelle, gut auffindbare Informationen auf eurer Website und in Profilen auf Vergleichsportalen.

Kapitel 05

Messen: *Systeme und Regeln.*

KI-Antworten sind nicht bei jeder Abfrage gleich. Feste Regeln machen eure Messung trotzdem vergleichbar, von Monat zu Monat und zwischen den Systemen.

SYSTEM	WORAUF IHR ACHTET
ChatGPT	Mit aktivierter Websuche prüfen, damit Quellen angezeigt werden. Ohne Websuche antwortet das Modell aus seinem Trainingswissen.
Perplexity	Zeigt Quellen standardmäßig an. Gut geeignet, um zu sehen, welche Seiten zitiert werden.
Google AI Mode	Eigener Modus in der Google-Suche mit ausführlichen Antworten und Quellen.
Google AI Overviews	Erscheinen nur bei manchen Suchen über den klassischen Ergebnissen. Notiert auch, wenn keine Übersicht erscheint.
Gemini und Copilot	Wichtig, wenn eure Zielgruppe mit Google Workspace oder Microsoft 365 arbeitet.

Sieben Regeln für eine saubere Messung

01 **Ohne Personalisierung:** privates Browserfenster oder abgemeldet, Verlauf und Gedächtnisfunktion aus.

02 **Neuer Chat je Prompt,** damit frühere Fragen die Antwort nicht beeinflussen.

03 **Prompt wortgleich übernehmen,** aus eurer Vorlage, nicht aus dem Gedächtnis.

04 **Dreimal fragen** bei wichtigen Prompts und notieren, wie oft ihr genannt werdet.

05 **Datum und System festhalten,** dazu den Standort, wenn er die Antwort beeinflusst.

06 **Screenshot oder Kopie speichern,** damit ihr Veränderungen später belegen könnt.

07 **Fester Rhythmus:** einmal im Monat, immer in derselben Woche.

Aufwand realistisch planen: 20 Prompts in fünf Systemen sind 100 Abfragen. Mit Vorlage und festen Regeln schafft eine Person das an einem halben Tag. Wer häufiger misst oder mehr Prompts nutzt, sollte über ein Werkzeug für das Monitoring nachdenken.

Kapitel 06

Messblatt *und Kennzahlen.*

Je Prompt und System haltet ihr sechs Angaben fest. Daraus ergeben sich vier Kennzahlen, die ihr monatlich vergleicht.

FELD IM MESSBLATT	WAS IHR EINTRAGT
Nennung	Ja oder nein: Wird eure Marke in der Antwort genannt?
Position	An welcher Stelle, wenn mehrere Anbieter genannt werden
Quelle	Wird eine Seite eurer Domain als Quelle verlinkt?
Tonalität	Positiv, neutral oder kritisch
Korrektheit	Stimmen Angaben zu Angebot, Preisen, Referenzen?
Wettbewerber	Welche anderen Anbieter werden genannt?

Die vier Kennzahlen

01 Nennungsquote

Prompts mit Nennung geteilt durch alle Prompts, mal 100. Am aussagekräftigsten für die Kategorien 1 bis 3.

02 Share of Voice

Eure Nennungen geteilt durch alle Markennennungen in den Antworten, mal 100. Zeigt euren Anteil gegenüber Wettbewerbern.

03 Quellenquote

Antworten mit Link auf eure Domain geteilt durch Antworten mit Nennung, mal 100. Zeigt, ob eure eigenen Seiten zitiert werden.

04 Korrektheit

Anteil der Antworten über eure Marke ohne sachliche Fehler. Ziel: 100 Prozent in Kategorie 4.

Rechenbeispiel

Bei 15 Prompts der Kategorien 1 bis 3 werdet ihr in ChatGPT sechsmal genannt: Nennungsquote 40 Prozent. In diesen 15 Antworten kommen insgesamt 30 Markennennungen vor, davon sechs eure: Share of Voice 20 Prozent. In zwei der sechs Antworten mit Nennung ist eure Website verlinkt: Quellenquote 33 Prozent.

Erfundenes Rechenbeispiel.

Kapitel 07

Auswerten: *vom Muster zur Maßnahme.*

Einzelne Antworten sagen wenig. Aussagekräftig sind Muster über viele Prompts und Systeme hinweg. Diese fünf treten am häufigsten auf.

MUSTER	WAHRSCHEINLICHE URSACHE	MASSNAHME
Keine Nennung bei Problem- und Lösungsfragen	Euch fehlen Inhalte, die diese Fragen direkt beantworten	Fragen als Leitfäden oder FAQ beantworten, mit eigener Erfahrung und Belegen
Nennung, aber eure Seite fehlt als Quelle	Andere schreiben über euch, eure eigenen Seiten sind nicht zitierfähig	Antwort zuerst, klare Struktur, Daten und Autoren auf euren Seiten ergänzen
Ein Wettbewerber dominiert die Auswahlfragen	Er ist in Fachmedien, Vergleichen und Portalen präsenter	Erwähnungen aufbauen: Fachbeiträge, Studien, Profile auf Vergleichsportalen
Falsche oder veraltete Angaben über euch	Alte Quellen, widersprüchliche Angaben im Netz	Angaben auf Website und Profilen aktualisieren und vereinheitlichen
Starke Unterschiede zwischen Systemen	Unterschiedliche Suchindizes und Quellen	Prüfen, ob eure Seiten in allen Systemen auffindbar sind, Technik checken

Priorisieren: was zuerst?

01 **Falsche Angaben korrigieren:** Sie schaden sofort und lassen sich am schnellsten beheben.

02 **Auswahlfragen angehen:** Kategorie 3 liegt am nächsten an der Kaufentscheidung.

03 **Lücken bei Problem und Lösung schließen:** Das wirkt langsamer, baut aber dauerhaft Sichtbarkeit auf.

Beispiel für ein Lagebild

NENNUNGSQUOTE	CHATGPT	PERPLEXITY	GOOGLE AI MODE	GEMINI	COPILOT
Problem	0 %	20 %	0 %	0 %	0 %
Lösung	20 %	40 %	20 %	20 %	0 %
Auswahl	40 %	60 %	40 %	20 %	20 %

Erfundenes Beispiel. Lesart: In Auswahlfragen seid ihr präsent, bei Problemfragen fehlen euch Inhalte. Erste Maßnahme wären Leitfäden zu den fünf Problemfragen.

Geduld einplanen: Neue oder überarbeitete Inhalte müssen erst gefunden und verarbeitet werden. Rechnet mit mehreren Wochen, bis sich Änderungen in den Antworten zeigen, und bewertet Maßnahmen erst nach zwei bis drei Messungen.

Kapitel 08

Checkliste für *zitierfähige Inhalte.*

Diese Punkte erhöhen die Chance, dass KI-Systeme eure Inhalte finden, verstehen und als Quelle nutzen. Eine Garantie gibt es nicht, aber jeder Punkt macht eure Seiten auch für Menschen besser.

Inhalt

- ☐ Die Antwort steht im ersten Absatz, nicht am Ende
- ☐ Jede Zwischenüberschrift ist eine Frage, die der Absatz direkt beantwortet
- ☐ Eigene Daten, Beispiele oder Erfahrungen, die es nirgendwo sonst gibt
- ☐ Zahlen mit Quelle und Datum
- ☐ Tabellen für Vergleiche, Listen für Schritte
- ☐ Häufige Fragen der Zielgruppe mit kurzen Antworten

Absender und Technik

- ☐ Erkennbare Autorin oder Autor mit Fachbezug
- ☐ Veröffentlichungs- und Aktualisierungsdatum sichtbar
- ☐ Strukturierte Daten für Organisation, Artikel und Autor
- ☐ Wichtige Inhalte ohne Login oder Skript-Hürden lesbar
- ☐ Such-Crawler wie OAI-SearchBot und PerplexityBot nicht in der robots.txt ausgesperrt
- ☐ Einheitliche Angaben zu Firma, Angebot und Preisen auf allen Seiten und Profilen

Außerhalb eurer Website

- **Fachmedien und Branchenportale:** Gastbeiträge, Interviews und Studien sorgen für Erwähnungen in Quellen, denen KI-Systeme vertrauen.
- **Bewertungs- und Vergleichsportale:** vollständige, aktuelle Profile und echte Kundenstimmen.
- **Eigene Daten veröffentlichen:** Umfragen und Auswertungen werden gern zitiert, von Medien wie von KI-Systemen.

Gut zu wissen: Für Googles KI-Funktionen in der Suche gelten die üblichen Anforderungen an Suchmaschinenoptimierung. Die Einstellung Google-Extended in der robots.txt steuert nach Angaben von Google nicht, ob eure Inhalte in der Google-Suche erscheinen.

Kapitel 09

Der *30-Tage-Plan.*

Vier Wochen reichen, um eine Ausgangsmessung zu machen, die wichtigsten Lücken anzugehen und einen festen Rhythmus zu etablieren.

Woche 1

Prompt-Set und Ausgangsmessung

- 20 Prompts mit Vertrieb und Service abstimmen
- Messregeln festlegen, Messblatt anlegen
- Erste Messung in allen fünf Systemen

Woche 2

Auswertung und Prioritäten

- Kennzahlen berechnen, Muster erkennen
- Falsche Angaben sammeln
- Drei Maßnahmen mit Verantwortlichen festlegen

Woche 3

Inhalte und Technik

- Falsche Angaben auf Website und Profilen korrigieren
- Zwei bis drei wichtige Seiten nach der Checkliste überarbeiten
- robots.txt und strukturierte Daten prüfen

Woche 4

Erwähnungen und Rhythmus

- Zwei Anlässe für externe Erwähnungen planen
- Monatlichen Messtermin im Kalender verankern
- Ergebnisse intern vorstellen

Ergebnis nach 30 Tagen

Lagebild	Ihr wisst, bei welchen Fragen ihr vorkommt und wo nicht.
Kennzahlen	Nennungsquote, Share of Voice, Quellenquote und Korrektheit als Ausgangswerte.
Maßnahmenliste	Priorisiert, mit Verantwortlichen und Terminen.
Rhythmus	Monatliche Messung, Bericht an die Leitung einmal im Quartal.

Wer beteiligt ist

Marketing oder SEO

Verantwortet Prompt-Set, Messung, Auswertung und Maßnahmenliste.

Vertrieb und Service

Liefern die echten Fragen der Zielgruppe und prüfen, ob Angaben zu Angebot und Preisen stimmen.

Web und IT

Prüfen robots.txt, strukturierte Daten und die Lesbarkeit wichtiger Seiten.

Verankern statt einmalig prüfen: KI-Sichtbarkeit entsteht im Content-Prozess. Die Checkliste aus Kapitel 8 gehört deshalb ins Briefing und in die Freigabe jedes neuen Inhalts, nicht nur in den Check.

Kapitel 10

Stolperfallen *und Selbstcheck.*

Sechs Fehler beim KI-Sichtbarkeits-Check

01 Nur nach der eigenen Marke fragen
Bei Markenfragen werdet ihr fast immer genannt. Aussagekräftig sind die Fragen ohne Markennamen.

02 Einmal messen, dann urteilen
Antworten schwanken. Erst wiederholte Messungen zeigen echte Veränderungen.

03 Prompts ständig ändern
Neue Formulierungen machen Ergebnisse unvergleichbar. Ergänzt lieber, als zu ersetzen.

04 Nur die eigene Website optimieren
Was andere über euch schreiben, prägt KI-Antworten oft stärker als eure eigenen Seiten.

05 Klicks als einziges Ziel
Eine Nennung ohne Klick kann wirken. Ergänzt Markensuchen und direkte Anfragen im Reporting.

06 Kein Verantwortlicher
Ohne feste Zuständigkeit schläft der Check nach der zweiten Messung ein.

Selbstcheck: Wie gut kennt ihr eure KI-Sichtbarkeit?

	AUSSAGE
☐	Wir haben ein festes Set von Prompts, das die Fragen unserer Zielgruppe abbildet.
☐	Wir wissen, bei welchen Auswahlfragen wir genannt werden und bei welchen nicht.
☐	Wir kennen die Wettbewerber, die KI-Systeme statt uns nennen.
☐	Wir haben geprüft, ob KI-Antworten über uns sachlich korrekt sind.
☐	Wir messen in einem festen Rhythmus mit denselben Regeln.
☐	Zitierfähigkeit ist Teil unserer Briefings und Freigaben.

Manuell reicht, wenn
ihr bis zu 20 Prompts einmal im Monat prüft und vor allem ein erstes Lagebild braucht.

Ein Werkzeug lohnt sich, wenn
ihr mehrere Märkte, Sprachen oder Produktlinien abdeckt und Veränderungen wöchentlich sehen wollt.

Auswertung: Bis zwei Haken: Startet mit Woche 1 des 30-Tage-Plans. Drei bis vier Haken: Die Grundlage steht, schärft Auswertung und Maßnahmen. Fünf bis sechs Haken: Ihr steuert eure KI-Sichtbarkeit, prüft, ob sich ein Monitoring-Werkzeug lohnt.

Vorlage A

Messblatt

System	Datum

NR.	NENNUNG	POSITION	QUELLE	TONALITÄT	KORREKT	GENANNTE WETTBEWERBER
01	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
02	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
03	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
04	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
05	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
06	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
07	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
08	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
09	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
10	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
11	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
12	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
13	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
14	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
15	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
16	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
17	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
18	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
19	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	
20	j / n		j / n	+ / o / -	j / n	

NENNUNGSQUOTE	SHARE OF VOICE	QUELLENQUOTE	KORREKTHEIT
%	%	%	%

Vorlage B

Euer Prompt-Set

Formulierungen hier festhalten und bei jeder Messung wortgleich verwenden.

NR.	KATEGORIE	PROMPT, AUSFORMULIERT
01	Problem	
02	Problem	
03	Problem	
04	Problem	
05	Problem	
06	Lösung	
07	Lösung	
08	Lösung	
09	Lösung	
10	Lösung	
11	Auswahl	
12	Auswahl	
13	Auswahl	
14	Auswahl	
15	Auswahl	
16	Marke	
17	Marke	
18	Marke	
19	Marke	
20	Marke	

Nächste Schritte

Vom Check *zur Routine.*

01 **Diese Woche:** Prompt-Set mit Vertrieb und Service abstimmen und die Platzhalter ersetzen.

02 **Nächste Woche:** Ausgangsmessung in mindestens zwei Systemen durchführen.

03 **In 30 Tagen:** zweite Messung, Kennzahlen vergleichen, Maßnahmen nachschärfen.

Kostenfreie Analyse

Wo verliert euer Content-Prozess *heute Zeit?*

In 30 Minuten schauen wir gemeinsam darauf, wo euch heute unnötige Abstimmungen, manuelle Aufgaben, Toolwechsel oder wiederkehrende Content-Arbeit Zeit kosten, und wie ihr Zitierfähigkeit fest in Briefing und Freigabe verankert.

Content-Prozess in 30 Minuten analysieren

dennis-gumprich.de/analyse

Weiterlesen auf dennis-gumprich.de

- KI-Sichtbarkeit messen: Tools und Prompt-Sets aufbauen
- SEO für ChatGPT: wie Inhalte in ChatGPT, Perplexity und AI Overviews zitiert werden
- GEO: was Generative Engine Optimization ist und wie Marketingteams es organisieren

Quellen

Pew Research Center: Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results, 22. Juli 2025, Browsing-Daten von 900 Erwachsenen in den USA aus dem März 2025. Google Search Central: Dokumentation zu KI-Funktionen in der Google-Suche und zu Google-Extended, abgerufen im November 2026.

DG

Dennis Gumprich · Senior Consultant Content Solutions bei der contentbird GmbH. Er begleitet Marketing- und Kommunikationsteams bei der Frage, wie KI in bestehende Content-Prozesse passt, ohne Qualität, Markensprache und Freigaben zu untergraben.

Transparenzhinweis: Dennis arbeitet für contentbird, einen Anbieter von KI-gestützter Content-Software. Dieser Check ist herstellerneutral. Er ist unter Einsatz von KI entstanden, fachlich geprüft und verantwortet von Dennis Gumprich. Stand: November 2026.