



WHITE PAPER

Von KI empfohlen werden

Wie Marken in ChatGPT, Claude, Perplexity und Gemini sichtbar werden: mit technischer Basis und glaubwürdigen Stimmen von außen

livestep Brand Intelligence · Oktober 2026

Das Wichtigste in drei Absätzen



Die Lage

Käufer fragen zunehmend KI-Assistenten und bekommen eine Antwort mit wenigen Marken statt einer langen Trefferliste.



Die These

Zwei Dinge greifen ineinander: eine saubere technische Basis und positive Signale von außen wie Fachpresse und Bewertungen.



Das Vorgehen

Messen, wo die Marke genannt wird, Lücken benennen und gezielt an Technik und Reputation arbeiten.

AUSGANGSLAGE

Die Antwort ersetzt die Trefferliste

Wer ein Produkt oder einen Anbieter sucht, bekommt von KI-Assistenten eine zusammengefasste Empfehlung. Wer dort nicht genannt wird, findet für diese Käufer nicht statt.

BEISPIEL

"Welche Anbieter für Industriedichtungen empfehlst du im DACH-Raum?" Die Antwort nennt drei Unternehmen. Alle anderen kommen nicht vor, auch wenn ihre Website gut rankt.

SEO und KI-Sichtbarkeit: verwandt, aber nicht gleich



Klassisches SEO

Ziel ist ein Platz in der Trefferliste

Der Nutzer entscheidet selbst, welchen Link er öffnet

Hebel sind Technik, Inhalt und Verlinkung



KI-Sichtbarkeit

Ziel ist die Nennung und Empfehlung in der Antwort

Das Modell wählt vor und fasst zusammen

Hebel sind Technik, Inhalt und das, was Dritte über die Marke sagen

DIE ZWEI SÄULEN

Beides gehört zusammen, keines reicht allein



1 · Technische Basis

Die Voraussetzung, damit KI Ihre Inhalte überhaupt finden, lesen und richtig zuordnen kann. Wie beim SEO gilt: ohne Basis keine Chance.



2 · Glaubwürdigkeit von außen

Fachpresse, Bewertungen und Erwähnungen in Communities liefern die positiven Signale, die eine Empfehlung tragen. Die kann die eigene Website nicht ersetzen.

Die technische Basis: vertraute SEO-Hausaufgaben



Zugänglich

Crawler dürfen die Seiten abrufen, Inhalte sind ohne Hürden erreichbar und die Seiten laden zuverlässig.



Strukturiert

Schema-Markup zeichnet Organisation, Produkte und Bewertungen maschinenlesbar aus.



Lesbar

Klare Überschriften, eindeutige Aussagen und Fakten, die ein Modell sauber übernehmen kann.



Eindeutig

Marke, Produkte und Leistungen werden überall gleich benannt und beschrieben.

Externe, positive Signale tragen die Empfehlung



Fachpresse

Berichte, Interviews und Branchenmedien, die die Marke einordnen



Bewertungen

Kunden- und Arbeitgeberbewertungen auf den Portalen, die zählen



Communities

Foren und Fachgruppen, in denen Erfahrungen geteilt werden



Podcasts und Social

Nennungen durch Experten und Branchenstimmen

WARUM DAS SO IST

Eigenlob überzeugt auch Maschinen nicht

Ein Modell kann nur wiedergeben, was es über eine Marke findet. Sagt nur die eigene Website, dass man gut ist, fehlt die Bestätigung. Decken sich Aussagen von Fachmedien, Kunden und Communities mit der eigenen Darstellung, wird die Marke zur naheliegenden Antwort.

WICHTIG ZU WISSEN

Niemand kann die Gewichtung der Quellen in einzelnen Modellen garantieren, und sie ändert sich. Deshalb ist Messen wichtiger als Annehmen.

MESSEN

Erst wissen, wo die Marke heute steht

Entscheidend ist, ob die Marke genannt wird, in welchem Zusammenhang und neben welchen Wettbewerbern. livestep prüft das in diesen Modellen:

ChatGPT

Claude

Perplexity

Gemini

Grok

Llama

Parallel erfasst livestep die externen Signale, die dahinter stehen: Presse, Bewertungen, Communities und Social Media, jeweils als positiv, negativ oder neutral bewertet.

Was sich aus der Messung ergibt



Technik schließen

Fehlendes Schema, schwer lesbare Seiten und unklare Bezeichnungen beheben



Quellen aufbauen

Fachpresse, Bewertungen und Community-Präsenz dort stärken, wo Wettbewerber genannt werden



Kritik adressieren

Negative Signale erkennen und beantworten, bevor sie sich in KI-Antworten festsetzen

VORGEHEN

In vier Schritten zu mehr KI-Sichtbarkeit

1 • Messen

Wird die Marke in den KI-Modellen genannt, und wie?

2 • Vergleichen

Wer wird stattdessen genannt, und aus welchen Quellen?

3 • Priorisieren

Technik, Quellen oder Kritik: wo ist die Lücke am größten?

4 • Nachmessen

Wirkung prüfen und die Maßnahmen laufend nachschärfen

FAZIT

KI empfiehlt, was sie belegt findet

Technik macht Sie auffindbar, Stimmen von außen machen Sie empfehlenswert. Prüfen Sie zuerst, wo Ihre Marke heute steht.

[Kostenlos testen](#)

[Demo buchen](#)

EU-Hosting · DSGVO-konform · Keine KI-Nutzung Ihrer Daten · Keine Mindestlaufzeit