METHODIK

So messen wir Ihre KI-Sichtbarkeit.

Dieses Dokument erklärt, wie die Zahlen in Ihrem Monatsreport entstehen: welche Fragen gestellt werden, wie oft und an welche KI-Systeme, wie jede Antwort ausgewertet wird und wie sich der Visibility Score zusammensetzt. Es zeigt auch, wo die Grenzen der Messung liegen.

30
Kundenfragen, zugeschnitten auf Ihre Leistungen und Produktlinien

3
Formulierungen je Frage, die von Messtag zu Messtag wechseln

3
KI-Systeme: ChatGPT, Gemini und Claude – jeweils mit Websuche

3×
pro Woche gemessen (Montag, Mittwoch, Freitag)

≈ 1.170
ausgewertete Antworten pro Monat

0–100
Visibility Score aus sechs gewichteten Dimensionen

1 · Fragen
Realistische Kundenfragen ohne Ihren Firmennamen

2 · Abfrage
An drei KI-Systeme, an festen Messtagen

3 · Auswertung
Jede Antwort: genannt? Position? Empfehlung? Quellen?

4 · Kennzahlen
Nennungsrate mit Spanne, Score, Wettbewerb, Verlauf

1 Das Fragen-Set

Grundlage ist eine Analyse Ihrer Website und Ihres Marktes: Leistungen bzw. Produktlinien, Zielkunden, typische Anlässe und Wettbewerber. Daraus entstehen 30 Fragen, so wie Ihre Kunden sie einem KI-Assistenten stellen würden – verteilt auf Ihre Produktlinien und auf unterschiedliche Anliegen wie Anbietersuche, Anwendungsfall, Vergleich, technische Anforderung, Qualität, Wirtschaftlichkeit oder Service.

- **Ohne Firmennamen:** Die Fragen nennen Ihr Unternehmen nicht. Gemessen wird, ob die KI Sie von sich aus empfiehlt.
- **Wahrnehmung:** Rund 10 % der Fragen nennen Ihren Namen ausdrücklich. Sie zeigen, wie die KI Ihr Unternehmen beschreibt, und fließen nicht in die Nennungsrate ein.
- **Stabil über die Zeit:** Die Anliegen bleiben Monat für Monat gleich. Nur so lassen sich Veränderungen erkennen.

- **Wechselnde Formulierungen:** Jede Frage gibt es in drei Formulierungen mit gleicher Bedeutung. Pro Messtag wird eine andere gestellt – so hängt das Ergebnis nicht an einer zufälligen Wortwahl. Am selben Tag erhalten alle drei KI-Systeme dieselbe Formulierung.

2 Die Abfrage

Die Fragen werden über die offiziellen Programmierschnittstellen von OpenAI (ChatGPT), Google (Gemini) und Anthropic (Claude) gestellt, jeweils mit aktivierter Websuche. Das entspricht dem, was diese Systeme tun, wenn Nutzer nach Anbietern fragen: Sie suchen im Web und fassen das Gefundene zusammen.

- An jedem Messtag wird jede Frage einmal an jedes System gestellt – ohne Anmeldung, ohne Verlauf, ohne Personalisierung.
- Gespeichert werden die vollständige Antwort, das Datum, das verwendete Modell und alle genannten Quellen.
- Wechselt ein Anbieter sein Modell, wird das im Verlauf vermerkt, damit Veränderungen richtig eingeordnet werden.

3 Die Auswertung jeder Antwort

Jede Antwort wird nach einem festen Schema ausgewertet. Die Erkennung übernimmt ein KI-Modell mit strukturierten Vorgaben; Namensvarianten, Marken und Ihre Website-Adresse werden zusätzlich regelbasiert abgeglichen.

Merkmal	Erfasst wird
Genannt	Kommt Ihr Unternehmen in der Antwort vor (inkl. Marken und Namensvarianten)? Mehrfachnennungen in einer Antwort zählen einmal.
Position	An welcher Stelle Sie unter den genannten Anbietern stehen.
Empfehlungsstärke	Ausdrücklich empfohlen, als Option genannt oder nur erwähnt.
Tonalität	Positive, neutrale oder negative Darstellung.
Wettbewerber	Alle weiteren genannten Anbieter; Varianten eines Namens werden zusammengeführt.
Quellen	Websites, auf die sich die Antwort stützt – und ob Ihre eigene darunter ist.

Alle Antworten bleiben im Original erhalten. Ausgewählte Originalantworten finden Sie im Report, damit Sie die Bewertung nachvollziehen können.

4 Die Kennzahlen

Nennungsrate und Spanne

Die **Nennungsrate** ist der Anteil der Antworten, in denen Ihr Unternehmen genannt wird – berechnet über alle Fragen ohne Firmennamen. Weil KI-Antworten schwanken, geben wir zusätzlich eine **Spanne** an: den Bereich, in dem der tatsächliche Wert mit 95 % Wahrscheinlichkeit liegt. Sie wird per Bootstrap-Verfahren

über die Fragen berechnet (1.000 Wiederholungen): So wird berücksichtigt, dass Antworten auf dieselbe Frage einander ähnlicher sind als Antworten auf verschiedene Fragen.

> **So lesen Sie die Spanne**
>
> Eine Nennungsrate von 34 % (28–41 %) bedeutet: Der beste Schätzwert ist 34 %, der wahre Wert liegt sehr wahrscheinlich zwischen 28 und 41 %. Überlappen sich die Spannen zweier Monate stark, ist eine Veränderung noch nicht belegt.

Visibility Score

Der Visibility Score fasst sechs Dimensionen zu einem Wert von 0 bis 100 zusammen. Jede Dimension wird auf 0–100 umgerechnet und gewichtet:

Gewicht	Dimension	Berechnung
35 %	**Nennungsrate**	Anteil der Antworten mit Nennung × 100.
20 %	**Empfehlungsstärke**	Durchschnitt über Antworten mit Nennung: ausdrücklich empfohlen = 100, als Option genannt = 60, nur erwähnt = 30.
15 %	**Position**	Durchschnitt über Antworten mit Nennung: 1. Platz = 100, 2. = 80, 3. = 60, 4. = 45, ab 5. = 30, unklar = 40.
10 %	**Tonalität**	Durchschnitt über Antworten mit Nennung: positiv = 100, neutral = 60, negativ = 0.
10 %	**Quellenpräsenz**	Anteil der Antworten mit Quellenangaben, die Ihre Website zitieren, × 2 (100 ab einem Anteil von 50 %). Antworten ohne Quellen werden nicht negativ gewertet.
10 %	**Quellenvielfalt**	Anzahl verschiedener Websites in Antworten, in denen Sie genannt werden, × 10 (100 ab 10 Websites).

0	1–24	25–59	60–100
Nicht sichtbar	Kaum sichtbar	Teilweise sichtbar	Gut sichtbar

Empfehlungsstärke, Position und Tonalität beschreiben, *wie* Sie genannt werden – sie beruhen nur auf den Antworten, in denen Sie vorkommen. Lesen Sie sie deshalb immer zusammen mit der Nennungsrate.

5 Wettbewerb, Quellen und Verlauf

- **Wettbewerb:** Für jeden genannten Anbieter berechnen wir, in wie vielen Antworten er vorkommt – direkt vergleichbar mit Ihrer Nennungsrate.
- **Quellen:** Die Websites, auf die sich die KI-Systeme am häufigsten stützen. Fehlt Ihr Unternehmen dort, wo Wettbewerber erwähnt werden, entsteht daraus oft eine konkrete Maßnahme.
- **Plattformen und Produktlinien:** Alle Werte gibt es getrennt je KI-System und je Produktlinie. Ein Gesamtwert allein würde verdecken, dass ein System Sie kennt und ein anderes nicht.

- **Zeitraum:** Jeder Report umfasst einen Kalendermonat. Der Verlauf zeigt die Entwicklung über Wochen bzw. Monate; einzelne Messtage werden nicht bewertet.

6 Vom Messwert zur Maßnahme: die Diagnose

Die Zahlen sind der Ausgangspunkt, nicht das Ziel. Jede Auffälligkeit wird nach demselben Schema aufbereitet: **Befund → Belege → Ursache → Maßnahme → Erfolgskennzahl**.

- **Quellen einordnen:** Jede zitierte Website wird einer Art zugeordnet – Ihre Website, Wettbewerber, Portal oder Verzeichnis, Presse, Bewertungsportal, Verband oder Behörde. Wettbewerber-Websites zeigen Themen, die Ihre eigene Website noch nicht abdeckt; sie werden nie als Ort für Ihre Präsenz empfohlen.
- **KI-Systeme vergleichen:** Nennt ein System Sie seltener, prüfen wir, ob es überhaupt Anbieter nennt, ob es Ihre Website als Quelle nutzt, auf welche Quellenarten es sich stützt und ob seine Crawler Ihre Website lesen dürfen (robots.txt). Die Systeme recherchieren unterschiedlich – Gemini etwa über die Google-Suche.
- **Sicherheitsstufe:** *Belegt* = direkt gemessen oder statistisch gesichert, *Wahrscheinlich* = mehrere Belege zeigen in dieselbe Richtung, *Hinweis* = erste Auffälligkeit, die weiter beobachtet wird.
- **Wirkungskontrolle:** Jede Maßnahme erhält eine Kennzahl mit Ausgangswert. Nach der Umsetzung vergleichen wir die 28 Tage davor mit der Zeit ab einer Woche danach – mit 95-%-Spannen, damit Zufall nicht als Erfolg gilt.

7 Grenzen der Messung

- **Antworten schwanken.** KI-Systeme formulieren jede Antwort neu. Deshalb messen wir Häufigkeiten über viele Antworten und geben Spannen an – kein einzelnes Ergebnis ist für sich aussagekräftig.
- **Schnittstelle ist nicht App.** Die Abfrage über die Programmierschnittstellen kommt den Antworten der Apps nahe, ist aber nicht identisch: In den Apps können Modellversion, Standort, Verlauf und Personalisierung die Antwort verändern.
- **Modelle und Web ändern sich.** Neue Modellversionen und veränderte Suchergebnisse können Werte verschieben, ohne dass sich an Ihrer Sichtbarkeit etwas geändert hat. Modellwechsel werden deshalb vermerkt.
- **Automatische Auswertung.** Die Erkennung von Nennungen ist sehr zuverlässig, in Einzelfällen aber nicht fehlerfrei. Auffällige Ergebnisse prüfen wir anhand der Originalantworten.
- **Eigener Index.** Der Visibility Score ist eine GEOHACKER-Methodik und kein offizieller Branchenstandard. Die Gewichtung wird mit wachsender Datenbasis überprüft.

8 Daten und Datenschutz

An die KI-Systeme gehen ausschließlich die Kundenfragen – keine personenbezogenen Daten und keine internen Informationen Ihres Unternehmens. Antworten und Auswertungen speichern wir in Deutschland (STRATO). Ihr Report ist nur über einen persönlichen Link erreichbar, der nicht in Suchmaschinen erscheint und jederzeit gesperrt werden kann.