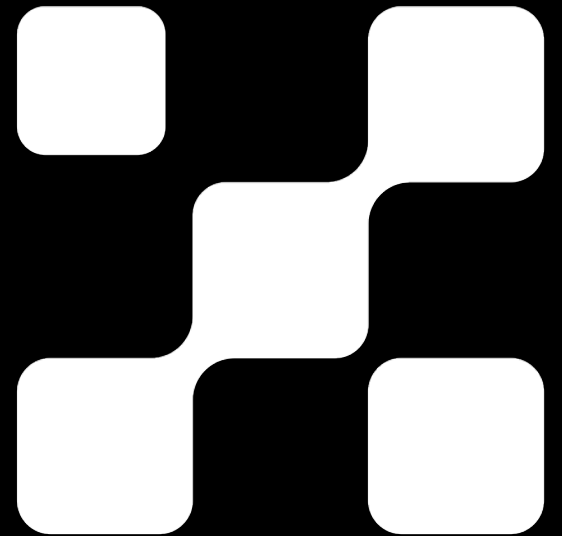


Relevant für Maschinen

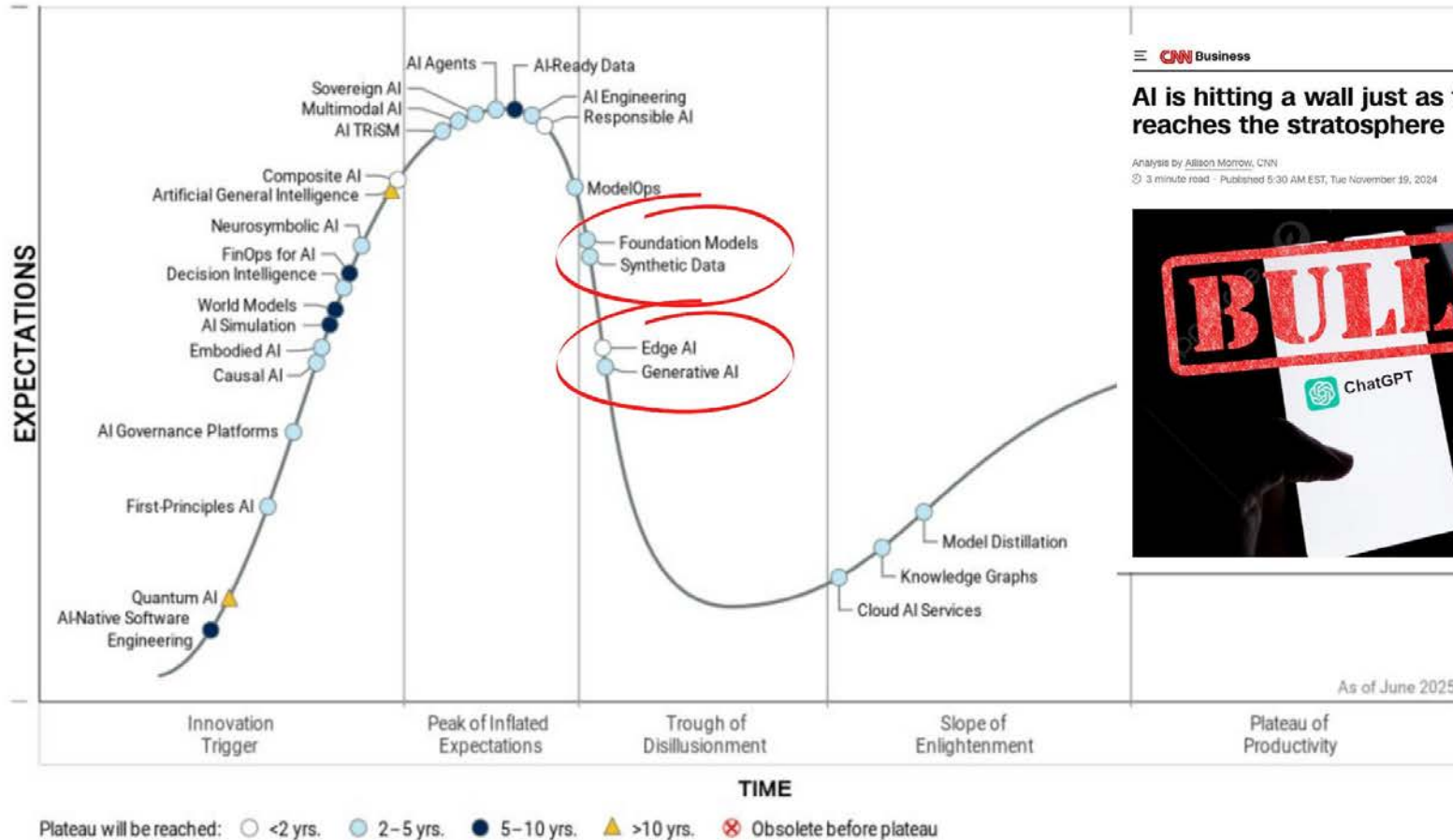
KI-Sichtbarkeit als neue Disziplin



AUF DEM WEG DURCH'S TAL

Source:
Gartner
CNN BUSINESS

Hype Cycle for Artificial Intelligence, 2025



CNN Business

Sign in

AI is hitting a wall just as the hype around it reaches the stratosphere

Analysis by Allison Morrow, CNN
3 minute read · Published 5:30 AM EST, Tue November 19, 2024



Gartner



OMZ **BEYOND THE AI HYPE**

Beyond the AI hype: Wo wir wirklich stehen und was uns erwartet

Philipp Klöckner

Where we are.
What to expect.
PHILIPP
KLOECKNER

The slide features a world map where the continents are composed of glowing circuitry and AI chips. The map is set against a dark background with a grid pattern. The text 'OMZ' is in a white box, and 'BEYOND THE AI HYPE' is in large white letters. Below this, the title 'Beyond the AI hype: Wo wir wirklich stehen und was uns erwartet' and the speaker's name 'Philipp Klöckner' are listed. On the right side of the map, there is a small text block with the phrases 'Where we are.' and 'What to expect.' followed by the speaker's name 'PHILIPP KLOECKNER'.

\$790 Mrd.

Dimension der KI-Investitionen.

Historische Großprojekte



\$680 Mrd.

Big6 'AI 2026' (nur 1 Jahr!)



\$790 Mrd.

\$

99.7% OF PEOPLE DON'T PAY FOR AI

*16% use **free** chatbots.*

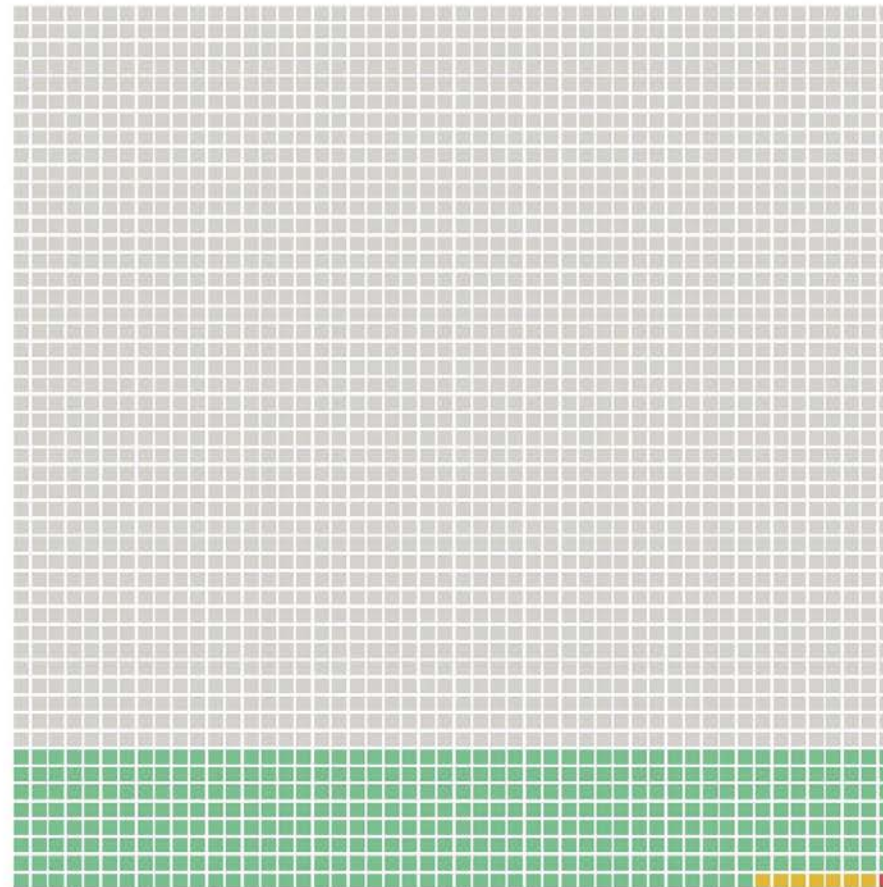
*One in 2,500 has used **coding**.*

*7 billion **never** used any AI.*

Source:
[Damian Player](#)

Each dot is ~3.2 million people

2,500 dots = 8.1 billion humans. Color = most advanced AI interaction, Feb 2026.

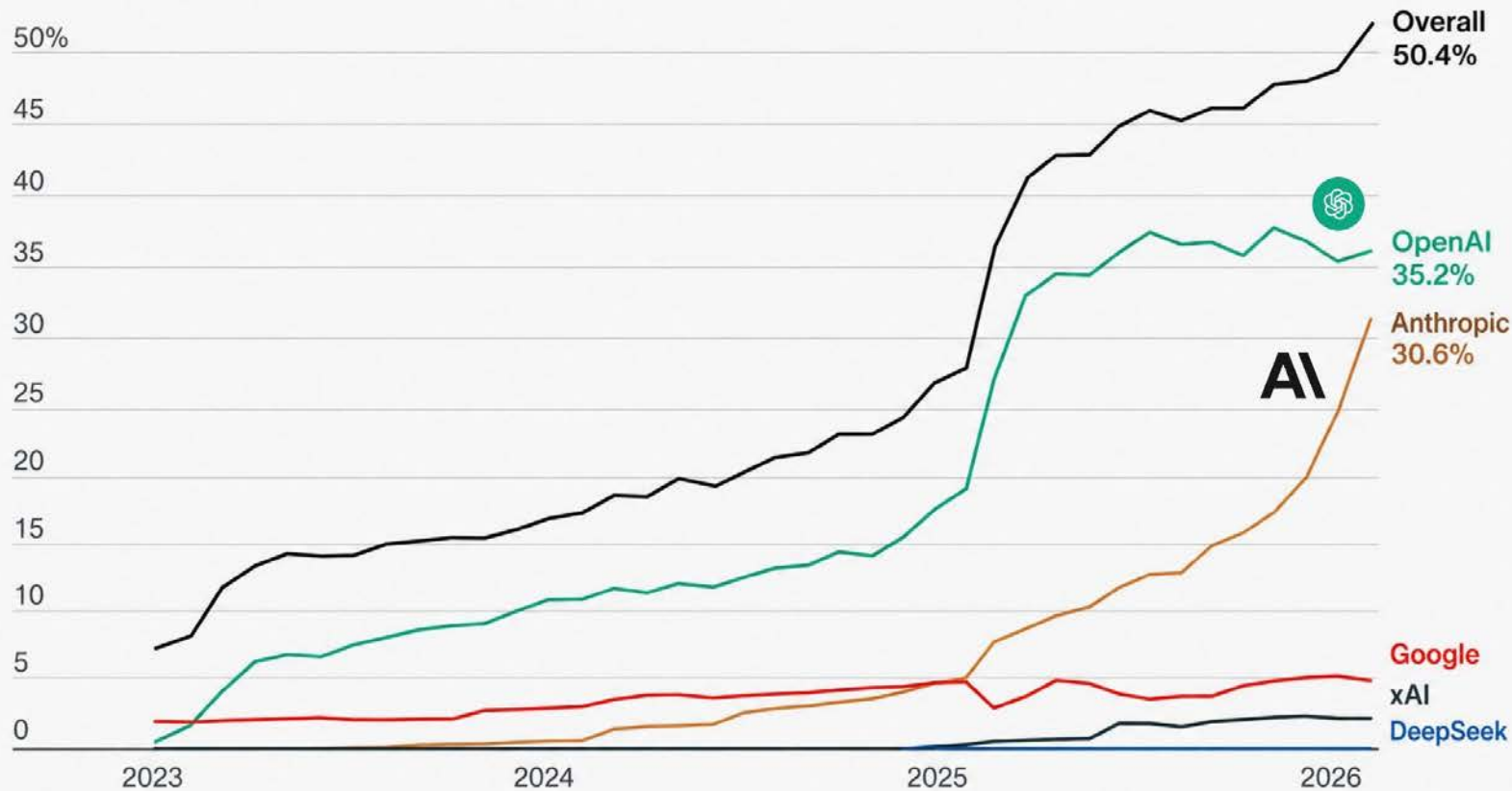


Never used AI · ~6.8B (84%)	Free chatbot user · ~1.3B (16%)
Pays \$20/mo for AI · ~15-25M (~0.3%)	Uses coding scaffold · ~2.5M (~0.04%)

B2B MODEL ADOPTION RATE

Share of U.S. businesses with paid subscriptions to AI models, platforms, and tools

Source:
ramp 



**... und was
bedeutet
das?**



Weniger Klicks. Keine Besuche.

83 %

Google + AI Overviews
nur 1 % klicken auf zitierte Quellen

93 %

Google AI Mode
in DE seit Okt. 2025

zusätzlich

800 Mio.
wöchentliche
ChatGPT-
Nutzer

-20 %
Google-
Suchen pro
US-Nutzer
YoY

Drei Systeme, drei Logiken.

	GOOGLE AI Overviews & AI mode	CHATGPT	CLAUDE
Content-Quelle	Eigener Suchindex (RAG + Query Fan-Out)	Web-Suche + Trainingsdaten	Web-Suche + Trainingsdaten
Top-Quellen	Website selbst + Drittquellen (Vergleichsportale, Fachmedien)	Reddit (~40 %), Wikipedia (26–48 %), Forbes, Business Insider	Qualitätsjournalismus, Fachpublikationen, akademische Quellen
Aktualitäts-Bias	Hoch – Freshness ist starkes Signal	Sehr hoch – jüngste Inhalte stark bevorzugt	Moderat – ältere, autoritative Quellen werden stärker gewichtet

Umbruch 1

KI beantwortet. Google leitet nicht
mehr weiter.

Jeder Nutzer hat bald einen Assistenten.

91 %

nutzen nur ein KI-Modell
als Assistenten

Quelle: Andreessen Horowitz, State of Consumer AI, Dez. 2025

Dieser Assistent kennt den Nutzer. Besser als jede Website.

Memory

Vorlieben, Kontext

Zahlung

Karte hinterlegt

Apps

Mail, Kalender, Tools

Verlauf

Jede Frage, jeder Kauf

OpenAI-Roadmap 2026: „Personal Super-Assistant“ – proaktiv, vernetzt, personalisiert

Quellen: a16z State of Consumer AI Dez. 2025 · OpenAI Roadmap 2026 · ChatGPT hat 900 Mio. wöchentliche Nutzer (Feb. 2026)

MCKINSEY PROJEKTION – AGENTIC COMMERCE BIS 2030

\$3–5 Billionen

Quelle: McKinsey Okt. 2025 · ICSC/McKinsey Feb. 2026 · Morgan Stanley Nov. 2025

Das ist kein Pilot.

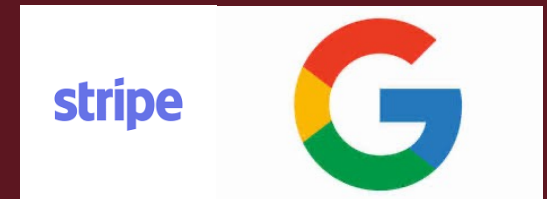
Sept. 2025

ChatGPT Instant Checkout – Kauf direkt im Chat. Etsy + 1 Mio. Shopify-Händler.



Jan. 2026

Universal Commerce Protocol – offener Standard, 24 Partner, Checkout in AI Mode.



2026

PayPal + OpenAI – Bezahlung direkt in ChatGPT. Visa, Mastercard angebunden.





Umbruch 1

KI beantwortet. Google leitet nicht mehr weiter.



Umbruch 2

Maschinen (Agenten) vergleichen, bewerten, kaufen.

01
Trust Layer

02
Data Layer

03
API Layer

04
Experience Layer

Trust Layer: Warum sollte die KI Sie empfehlen?

85 %

der Markenerwähnungen in KI-Antworten stammen
von Drittquellen und nicht Ihrer Website

73 %

der Google-Page-1-Marken haben NULL
Erwähnungen in ChatGPT

Was KI-Systeme überzeugt.

Konsistenz

Website, Vergleichsportale, Fachmedien, Wikipedia, Google Business. Sagen alle dasselbe?

E·E·A·T

Expertise, Erfahrung, Autorität, Vertrauenswürdigkeit. Das gilt für Google UND LLMs

Earned Media

Content-Distribution auf externe Publikationen steigert AI-Zitationen um bis zu 325 %

2,8×

häufiger in ChatGPT bei konsistenter Erwähnung auf 4+ unabhängigen Plattformen

3 Mon.

Aktualitäts-Bias: Inhalte älter als 3 Monate verlieren Zitierwahrscheinlichkeit rapide

Trust Layer: In die Umsetzung kommen.

01

Sichtbarkeits-Check durchführen

ChatGPT, Claude, Perplexity öffnen. Ihre Kernfrage stellen. Taucht Ihre Marke auf? Wird sie korrekt beschrieben? Dokumentieren.

02

Plattform-Konsistenz prüfen

Alle Einträge abgleichen: Website, Google Business, Vergleichsportale, Wikipedia, Fachportale. Widersprüche eliminieren. Eine einheitliche Entitäts-Beschreibung definieren.

03

Earned-Media-Pipeline aufbauen

Quartalsweise Fachbeiträge, Studien oder Branchenreports in mindestens 4 unabhängigen Publikationen platzieren. Nicht Werbung – Expertise zeigen.

04

Inhalte frisch halten

Kernseiten alle 90 Tage aktualisieren. dateModified im Schema pflegen. Veralteter Content = unsichtbarer Content.

Data Layer: Können Maschinen Sie lesen?

4,25x

häufiger von ChatGPT zitiert
Seiten mit Schema Markup vs. ohne

41 %

Zitationsrate bei FAQ Page-Schema
vs.
9 % ohne strukturierte Daten

44 %

**aller LLM-Zitate stammen aus den ersten 30 % eines Textes. Intro-
Qualität entscheidet.
Und Fließtext ist keine gute Wahl.**

Google bestätigt: Non-Commodity Content schlägt perfekte Struktur mit
austauschbarem Inhalt

Data Layer: In die Umsetzung kommen.

01

Rich Results Test laufen lassen

Ihre 5 wichtigsten Produkt- und Leistungsseiten testen. Wird mehr als ‚Navigation‘ erkannt?

02

Schema Markup implementieren

JSON-LD auf allen Produktseiten: mind. Organization, Product/Service, FAQPage. Google empfiehlt JSON-LD.

03

Content-Struktur überarbeiten

Klare H1→H2→H3-Hierarchie. Kernaussage in die ersten 2 Absätze. Keine Fließtext-Wüsten.

04

Non-Commodity-Audit

Jede Kernseite prüfen: austauschbarer Standard oder einzigartige Expertise? Austauschbares umschreiben oder löschen.

05

llms.txt anlegen

Halber Tag Aufwand. Markdown-Datei im Root.

06

Core Web Vitals optimieren

Langsame Seiten werden von KI-Crawlern schlechter erfasst. Ladezeit (LCP) unter 2,5 sec bringen – eine Case Study zeigt +189 % mehr AI-Zitationen nach dieser Optimierung.

API Layer: Können Agenten mit Ihnen reden?

Stufenmodell.

HEUTE

Website, kein Zugang

Agent will Ihr Produkt vergleichen. Ihre Website ist für Menschen – kein Endpunkt, kein Handshake.

STUFE 1

Produkt-API

Kernlogik als API-Endpunkt. Agent sendet Parameter, erhält strukturierte Antwort. Z.B. Preisrechner, Verfügbarkeit, Konfigurationen.

STUFE 2

Strukturierte Angebote

Vergleichbar für Agenten: Leistungen, Konditionen, Preise in standardisierten Formaten.

STUFE 3

Abschluss per Agent

Buchung, Kauf, Bestellung. Commerce-Protokolle (UCP, ACP) legen den Grundstein.

Agenten brauchen Infrastruktur.

MCP

Agent spricht mit Tools und Daten

A2A

Agent koordiniert mit anderen Agenten

UCP

Checkout via Google

ACP

Checkout via ChatGPT

Ihr Produkt – per API angebunden oder unsichtbar

API Layer: In die Umsetzung kommen.

01

IT-Gespräch führen

Eine Frage an die IT:
Kann ein KI-Agent heute
strukturierte
Produktdaten bei uns
abfragen?

02

Kernlogik als API exponieren

Was Ihr Rechner,
Konfigurator oder
Buchungssystem kann –
dieselbe Logik als API-
Endpunkt. Nicht neu
bauen, sondern öffnen.

03

Produktdaten standardisieren

Leistungen, Konditionen,
Preise maschinenlesbar.
Agenten brauchen
vergleichbare
Datenpunkte. Kein PDF,
kein Fließtext.

04

Commerce-Protokolle beobachten

UCP (Google) und ACP
(OpenAI) im Blick
behalten. Wird Ihre
Branche angebunden,
bereit sein.

Experience Layer: Wo der Mensch den Unterschied macht

„Die“ neue Customer Journey

01

Agent empfiehlt

Vergleich in Sekunden. Der Kunde hat bereits eine Vorauswahl.



02

Kunde verifiziert

Prüft das Ergebnis selbst. Besucht Ihre Website, liest Bewertungen, sucht Bestätigung.



03

Mensch übernimmt

Beratung, Vertrauen, Abschluss. Hier entscheidet sich, ob aus Empfehlung Bindung wird.

Wer Schritt 2 und 3 gestaltet, gewinnt langfristig.

Experience Layer: In die Umsetzung kommen.

01

Agent-Übergabe gestalten

Kunde kommt mit Agenten-Ergebnis. Kontext annehmen, nicht ignorieren. Vergleichsdaten bestätigen. Sofort relevant sein.

02

Emotionale Touchpoints identifizieren

Wo ist menschliche Begleitung unersetzbar? Reklamation, Erstberatung, komplexe Entscheidungen: dort investieren, nicht automatisieren.

03

Verifikations-Erfahrung bauen

Kunden werden Agenten-Empfehlungen prüfen wollen. Vergleichsdaten transparent machen. Wer diese Prüf-Erfahrung zuerst gestaltet, setzt den Standard.

04

Erlebnisse schaffen, die Agenten nicht können

Community, persönliche Beziehung, physische Erfahrung, exklusive Beratung. Was kein Agent replizieren kann, ist Ihr Burggraben.

**Je mehr Maschinen können, desto
wertvoller wird, was sie nicht können.**



Checkion



Scan Konfiguration



Single Page Scan Deep Domain Scan GEO / E-E-A-T

Intensive Analyse für Generative Search und E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trust). Optional: Competitive Benchmark (Sichtbarkeit in LLMs vs. Konkurrenz).

ZIEL -URL

https://example.com/page

Competitive Check Vollständig

COMPETITIVE BENCHMARK

☒ Sichtbarkeit in LLMs vs. Konkurrenz prüfen

Mit KI Konkurrenten 5 Fragen vorschlagen

KONKURRENZ (EINE DOMAIN/URL PRO ZEILE)

competitor1.com
competitor2.com

SUCHANFRAGEN (EINE PRO ZEILE)

Beste Anbieter für X in Region Y

Platzierung pro Frage und LLM

Für jede Frage wird angezeigt, auf welchem Platz deine Domain bei welchem Modell genannt wurde (1 = beste Platzierung).

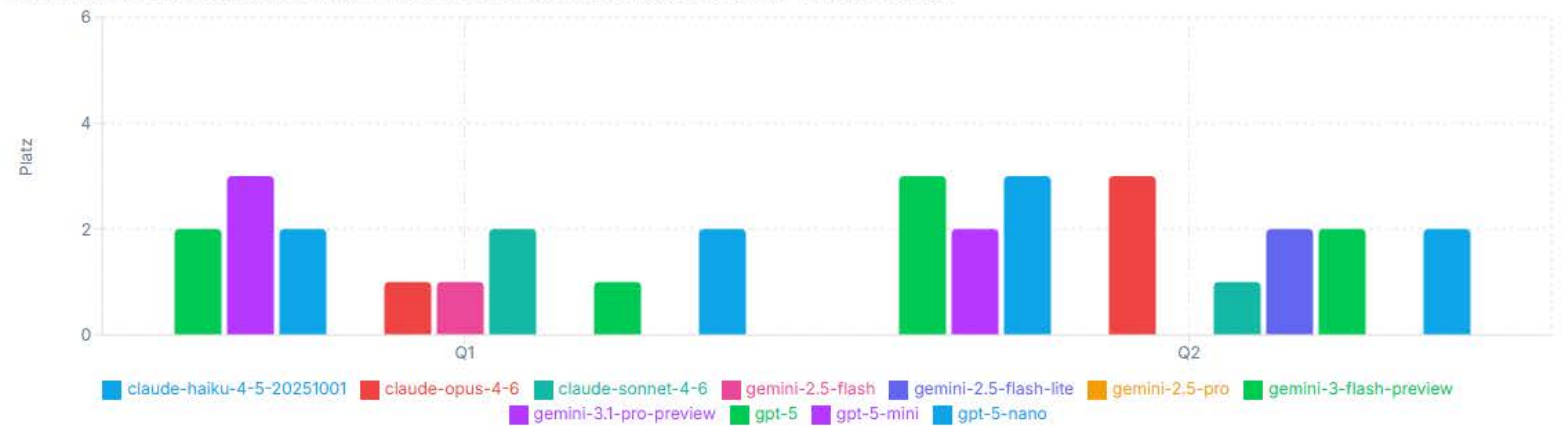


Tabelle: Platz pro Frage und Modell

Nr.	Frage	gpt-5	gpt-5-mini	gpt-5-nano	gemini-2.5-pro	claude-opus-4-6	gemini-2.5-flash	claude-sonnet-4-6	gemini-2.5-flash-lite	gemini-3-flash-preview	gemini-3.1-pro-preview
Q1	1. Competitive premiums...	2	3	2	-	1	1	2	-	1	-
Q2	2. Strong additional ben...	3	2	3	-	3	-	1	2	2	-

< gpt-5 gpt-5-mini gpt-5-nano gemini-2.5-pro claude-opus-4-6 gemini-2.5-flash claude-sonnet-4-6 gemini-2.5-flash-lite >

Modell: gpt-5

SoV-Übersicht



This is the end ...

msqdx

Fragen? Feedback?

Ich freue mich über jede Rückmeldung!



Uwe Todorof

CX Lead

uwe.todoroff@msqdx.com

+49 71416438 - 680

All content is based on the current state of communication.
Subject to change. This document of MSQ DX is only intended
for the client. It belongs to the agency until its explicit transfer
of usage rights. Any adaptation, utilization, copy and/or
professional spreading has to be approved by the agency.

Optimieren Sie nicht **nur** für
Menschen.
Werden Sie **relevant** für
Maschinen.

Vier Ebenen – und was bei jeder konkret zu tun ist

01
Data Layer

02
API Layer

03
Trust Layer

04
Experience Layer

Data Layer: Können Maschinen Sie lesen?

Problem

Unsere Haftpflichtversicherung bietet umfassenden Schutz für private Schäden im Alltag und gibt Ihnen die Sicherheit, die Sie verdienen. Die Tarife beginnen ab 49 Euro im Jahr und beinhalten eine großzügige Deckungssumme von bis zu 10 Millionen Euro pro Schadensfall. Bei häufig gestellten Fragen finden Sie weiter unten in unserem Servicebereich ausführliche Antworten unserer Experten. Wir sind seit 1985 am deutschen Markt tätig und betreuen über 200.000 zufriedene Kunden in allen Bundesländern. Unsere Servicezeiten sind Montag bis Freitag von 8 bis 18 Uhr, an Wochenenden erreichen Sie unsere Notfallhotline rund um die Uhr unter der bekannten Servicenummer.

**Für KI ist im Fließtext Tarif, Preis, Deckung
nicht unterscheidbar**

Lösung



Schema Markup

Strukturierte Daten sagen der Maschine: „Tarif X, Preis Y, Deckung Z.“



Entitäts-Architektur

Konsistente Abbildung über Website, Google Business und Drittplattformen.



Llms.txt

Bedienungsanleitung für KI-Systeme – wie robots.txt, aber für LLMs

Ohne Strukturierung rät die KI. Mit Strukturierung weiß sie.

API Layer:

Können Agenten mit Ihnen reden?

Heute

Webformular, kein Zugang.

Agent will Angebot.
Tarifrechner ist für
Menschen – kein
Endpunkt, kein
Handshake.

STUFE 1

Tarif-API

Tarifrechner-Logik als
API-Endpunkt.
Agent sendet
Parameter, erhält
Angebot.
Integration, kein
Neubau.

STUFE 2

Strukturierte Angebote

Vergleichbar für
Agenten:
Deckung, Ausschlüsse,
Fristen.
FRIDA + EU-FIDA als
Rahmen.

STUFE 3

Abschluss per Agent

Kündigung,
Neuabschluss,
Zahlung.
Commerce-Protokolle
(OpenAI/Google)
legen den Grundstein.

Trust Layer: Warum sollte die KI Sie empfehlen?

KONSISTENZ ÜBER ALLE PLATTFORMEN

Sagen Website, Vergleichsportale, Fachmedien, Wikipedia und Google Business dasselbe über Sie?.

E·E·A·T DIE VIER VERTRAUENSSIGNALE

Expertise, Erfahrung, Autorität, Vertrauenswürdigkeit.

85 %

der Markenerwähnungen in KI-Antworten stammen von Drittquellen, nicht der eigenen Website.

Quelle: AirOps

2,8x

häufiger in ChatGPT bei konsistenter Erwähnung auf 4+ unabhängigen Plattformen.

Quelle: Clearscope

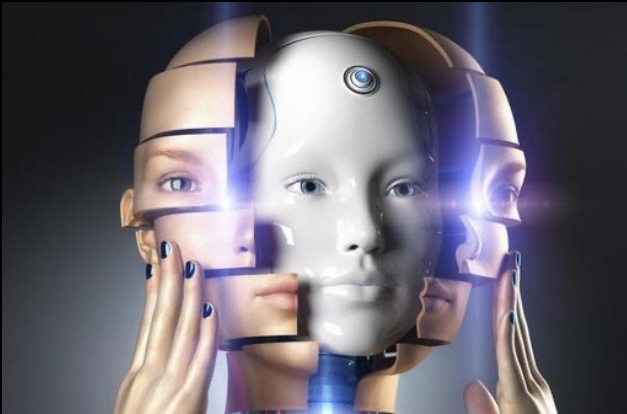
3 Mon.

Aktualitäts-Bias: Inhalte älter als 3 Monate verlieren Zitierwahrscheinlichkeit rapide.

Quelle: LLMrefs

Experience Layer: Experience = Differenzierung.

**Mensch-Momente gewinnen
an Relevanz**



Kontext-Übernahme

Agent liefert mit: Suchgrund, Vergleich, Situation. Kein Kaltstart, sofort relevant.

Hybride Verifikations-Journey

Kunde prüft Agenten-Ergebnis selbst. Wer zuerst gestaltet, setzt den Standard.

Emotionale Momente als Schutzraum

Schaden, BU, Pflege. Kein Agent ersetzt den Menschen. Exzellenz hier = unkopierbar.

Platzierung pro Frage und LLM

Für jede Frage wird angezeigt, auf welchem Platz deine Domain bei welchem Modell genannt wurde (1 = beste Platzierung).

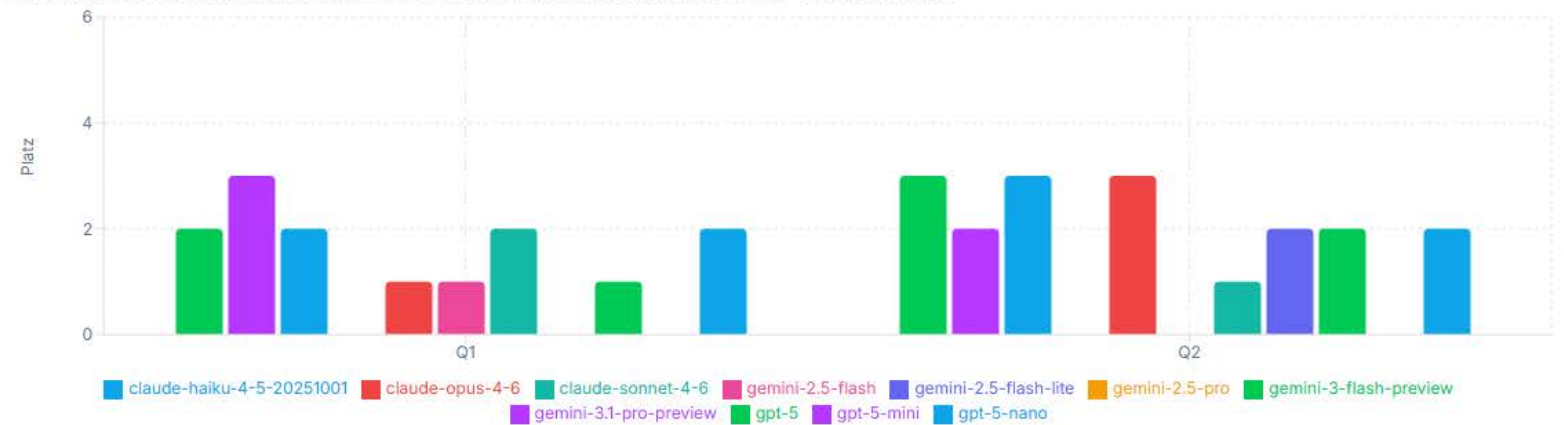


Tabelle: Platz pro Frage und Modell

Nr.	Frage	gpt-5	gpt-5-mini	gpt-5-nano	gemini-2.5-pro	claude-opus-4-6	gemini-2.5-flash	claude-sonnet-4-6	gemini-2.5-flash-lite	gemini-3-flash-preview	gemini-3.1-pro-preview
Q1	1. Competitive premiums...	2	3	2	-	1	1	2	-	1	-
Q2	2. Strong additional ben...	3	2	3	-	3	-	1	2	2	-

< gpt-5 gpt-5-mini gpt-5-nano gemini-2.5-pro claude-opus-4-6 gemini-2.5-flash claude-sonnet-4-6 gemini-2.5-flash-lite >

Modell: gpt-5

SoV-Übersicht

hallesche.de	100%	Ø Position: 2.5
allianz.de	100%	Ø Position: 5.5
barmeniagothaer.de	100%	Ø Position: 2.5