



FRAUWENK



CHATGPT & CO.: DIE NEUEN GATEKEEPER FÜR SICHTBARKEIT UND UMSATZ

Warum PR plötzlich über Relevanz
in KI-Suchsystemen entscheidet –
und wie Ihr diese steuert





Alexander Becker

Regional Director Hamburg,
VP Comms & Storytelling
FRAUWENK



**Wie fühlt Ihr Euch,
wenn Euer
Unternehmen in einer
KI-Antwort nicht
genannt wird?**



SUCHT IHR SCHON MIT KI?



27%



62%



62%

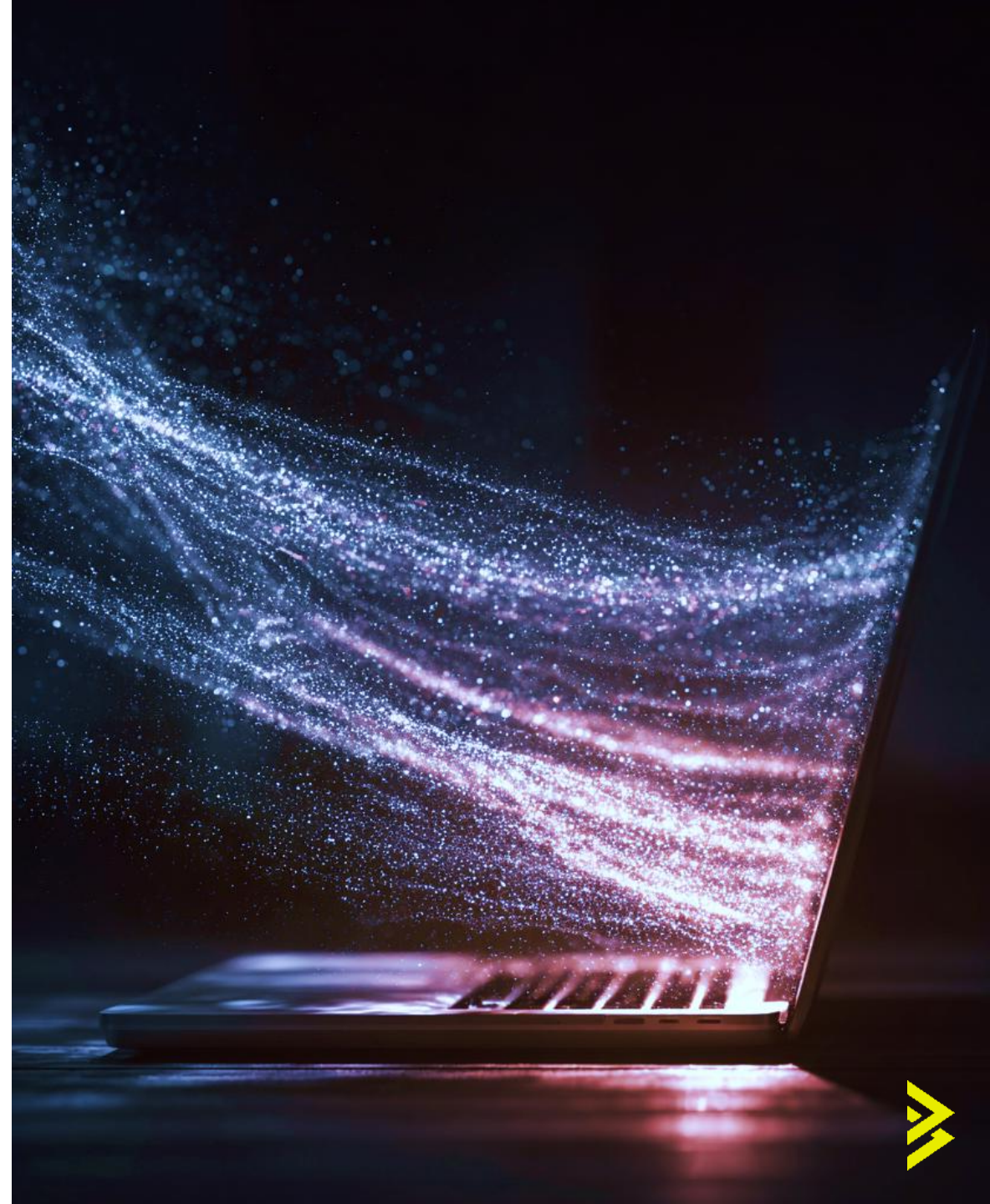


DIE ONLINE-WELT SORTIERT SICH NEU

Erste Folgen der KI-
Zusammenfassungen von Google

Derwesten.de **minus 51 %**
Express.de **minus 35 %**
focus.de **minus 33 %**.

Media Markt **plus 17 %**
Otto **minus 13 %**
Zalando **minus 15 %**

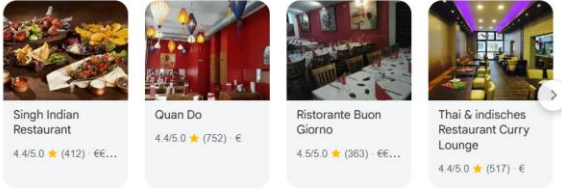


DER WANDEL IM SUCHVERHALTEN

Google beste restaurant hamburg

Tripadvisor
https://www.tripadvisor.de › ... › Deutschland › Hamburg

DIE 10 BESTEN Restaurants in Hamburg 2025 (mit Bildern)



Genuss-Guide Hamburg
https://www.genussguide-hamburg.com › Top-Listen

Genuss-Michel 2025: Die besten Restaurants in Hamburg
30.04.2025 — Das Restaurant Am Kal punktet mit erstklassiger, moderner und kreativer Fisch-Küche und einer einzigartigen Lage direkt am Hafen. Der Elbe so ...

Hamburg Tourismus
https://www.hamburg-tourism.de › magazin › food-szen...

10 angesagte Szene-Restaurants in Hamburg
10 angesagte Szene-Restaurants in Hamburg · 1.Hamburger Original · Erika's Eck · 2.Frisches aus dem Meer · Fischereihafen Restaurant · 3.Hamburgs Burger Bar.

MICHELIN Guide
http://guide.michelin.com › hamburg-region › restaurants

Hamburg: 1.48 von 54 restaurants

Was ist das beste restaurant in hamburg

Hier die Antwort: **Das beste Restaurant in Hamburg** lässt sich nicht eindeutig festlegen – aber basierend auf dem höchsten Niveau der Gastronomie hebt sich ein klarer Favorit heraus:

Top-Adresse: Haerlin im Hotel Vier Jahreszeiten (Hamburg)

- Im Juni 2025 hat das Restaurant **Haerlin**, unter der Leitung von Christoph Rüffer, **erstmalig drei Michelin-Sterne erhalten** – was die höchstmögliche Auszeichnung im Guide Michelin ist DIE WELT.
- Damit steht **Haerlin** gemeinsam mit dem ohnehin überragenden **The Table Kevin Fehling** (ebenfalls drei Sterne) an der Spitze der Hamburger Spitzengastronomie DIE WELT.
- Die Michelin-Bewertung gilt als internationaler Goldstandard – drei Sterne bedeuten: „Eine einzigartige Küche – eine Reise wert!“ Wikipedia.

Weitere herausragende Sternerestaurants in Hamburg

Restaurant	Sternezahl	Beschreibung
The Table Kevin Fehling	3 Michelin-Sterne	Seit über einem Jahrzehnt Spitzenadresse in der HafenCity <small>DIE WELT</small> <small>Wikipedia</small>
100/200 Kitchen	2 Sterne	Ambitionierte Küche von Thomas Imbusch –

+ Stelle irgendeine Frage

Früher: Google-Ranking

- Nutzer:innen sehen Ergebnislisten mit vielen Optionen
- Website-Traffic als Hauptziel
- SEO optimiert für Klicks und Visits
- Viele Chancen auf Sichtbarkeit auf der ersten Seite

Heute: KI-Antwortanalysen

- Nutzer:innen erhalten direkt eine fertige Antwort
- Keine Notwendigkeit, auf Webseiten zu klicken
- Nur wenige ausgewählte Quellen werden zitiert
- Winner-takes-it-all: Entweder genannt oder unsichtbar



Welche Quellen nutzt die KI?



Quellen

- Wikipedia
- Fachmedien & Nachrichtenwebsites bieten
- Wissenschaftliche Publikationen
- Reddit & Foren
- Review-Portale & Bewertungsplattformen
- Die eigene Webseite

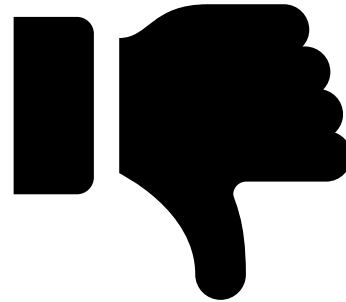


SICHTBARKEIT IN KI-SYSTEMEN: EIN NEUES PARADIGMA



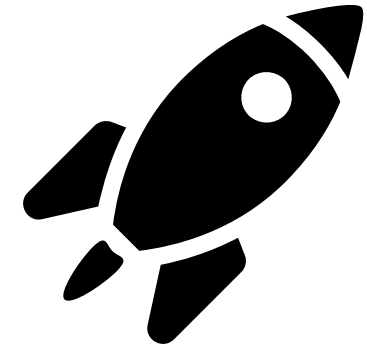
Gewinner

Unternehmen mit starken redaktionellen Erwähnungen und klarem Narrativ dominieren die KI-Antworten.



Verlierer

Unternehmen ohne relevante Präsenz in hochwertigen Quellen verschwinden vollständig aus dem Sichtfeld potenzieller Kunden.



First Mover

Wer jetzt strategisch handelt, sichert sich einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil in der KI-Ära



So kommt Ihr auf **AUF KEINEN FALL** in die KI

Generischen KI-Content produzieren

KI-Systeme bevorzugen redaktionelle Quellen und nicht selbst erstellte generische Inhalte. Massenhafte KI-Content-Produktion verschwendet Ressourcen.

Auf reine SEO-Optimierung setzen

Klassische SEO-Taktiken wirken nicht bei KI-Suchen. Redaktionelle Glaubwürdigkeit schlägt Keyword-Optimierung.

PR und Kommunikation unterschätzen

Unternehmen, die PR als "Nice-to-have" betrachten, verlieren in KI-Suchen immer weiter an Sichtbarkeit und Relevanz.

Reaktiv statt proaktiv handeln

Wer wartet, bis Mitbewerber:innen die Narrative gesetzt haben, kämpft mit enormen Aufholbedarf. First-mover-Vorteiler sind entscheidend.

Keine systematische Strategie verfolgen

Sporadische PR-Aktivitäten ohne klaren Plan für KI-Sichtbarkeit führen zu inkonsistenten Ergebnissen und Ressourcenverschwendung.



**Warum PR
plötzlich
wichtiger wird**



WARUM PR PLÖTZLICH WICHTIGER WIRD

KI-Systeme priorisieren redaktionelle Quellen

ChatGPT, Gemini & Co. bevorzugen Inhalte aus etablierten Medien, Fachpresse und wissenschaftlichen Publikationen – nicht generische Marketingtexte oder selbst veröffentlichte Inhalte

Medienerwähnungen werden zur Währung

Die Häufigkeit und Qualität von Erwähnung in relevanten Medien bestimmt, ob ihr Unternehmen von KI-Systemen als relevant und zitierwürdig eingestuft wird.

Narrative und Themensetzung entscheiden

Wer seine Kernbotschaften strategisch in redaktionellen Inhalten platziert, prägt das Narrativ, das KI-Systeme später reproduzieren und verstärken.





WER VON EUCH HAT SEIN UNTERNEHMEN SCHON MAL IN CHATGPT & CO. GESUCHT?

Und wie oft wurde Euer Unternehmen genannt? Wurden die wichtigsten Botschaften korrekt wiedergegeben?
Wurden Mitbewerber:innen bevorzugt erwähnt?

KI.VISIBLE: RELEVANT IN DER ZERO-CLICK-ÄRA



DER KI-SICHTBARKEITSPROZESS: DAS VISIBLE-MODELL



AUDIT

Analyse der aktuellen KI-Sichtbarkeit des Unternehmens und der Wettbewerber.



GAPMAP

Identifikation fehlender Botschaften und unterrepräsentierter Themenfelder.



BOOSTPLAN

Entwicklung strategischer Maßnahmen für Quick Wins und langfristige Sichtbarkeit.



SCHRITT 1: AUDIT – WO STEHT EUER UNTERNEHMEN?

KI-Abfragen analysieren

Systematische Überprüfung von Fragen, bei denen Euer Unternehmen genannt werden sollte:

- Branchenspezifische Suchanfragen
- Produktkategorien und Lösungen
- Expertenwissen und Technologien

Quellenanalyse

Welche Quellen nutzen KI-Systeme für Antworten in Eurem Bereich?

- Fachmedien und ihre Relevanz
- Wissenschaftliche Publikationen
- Hochwertige Branchenportale

Wettbewerbsvergleich erstellen

Wie schneiden Eure Mitbewerber:innen ab?

- Häufigkeit der Erwähnungen
- Qualität der Darstellung
- Dominante Narrative



SCHRITT 2: GAPMAP – WELCHE BOTSCHAFTEN FEHLEN?

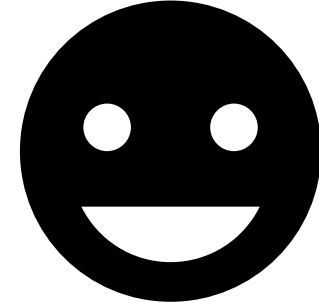


KI-
Auffindbarkeit



Attribution

Reputation &
Trustsignale



Narrativ-
Stimmigkeit

Bot-
Crawlbarkeit

Ziel: Alle relevanten Narrative in hochwertigen redaktionellen Quellen platzieren.

SCHRITT 3: BOOSTPLAN – QUICK WINS & STRATEGIE

1

Gezielte Fachmedienarbeit

Identifikation der für KI-Systeme relevantesten Publikationen und systematische Platzierung von Expertenartikeln, Interviews und Unternehmensportalen.

3

Wissenschaftliche Validierung

Veröffentlichen von Studien, Whitepapers und Fallstudien mit messbaren Ergebnissen, die die Wirksamkeit Eurer Produkte oder Dienstleistungen belegen.

2

Thought Leadership aufbauen

Entwicklung von tiefgehenden Fachbeiträgen zu zukunftsweisenden Themen der Branche, die von Redaktionen und KI-Systemen als wertvolle Quellen eingestuft werden.

4

Digitale Reputation verbessern

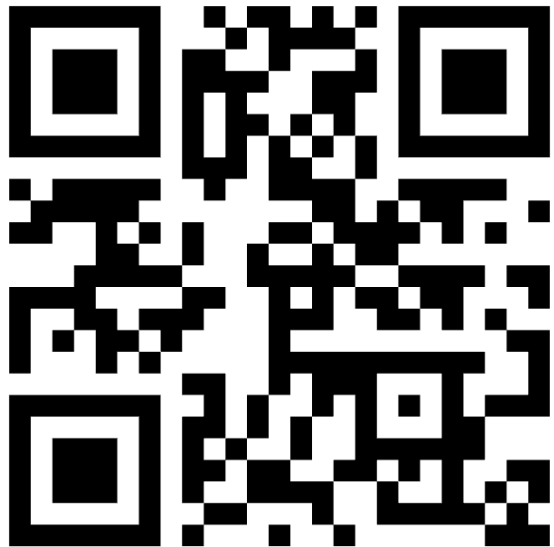
Strategische Präsenz auf hochwertigen Fachplattformen, Beteiligung an relevanten Diskussionen und Aufbau eines konsistenten digitalen Fußabdrucks.



Next Step: Die Visibility Engine

Wir bauen gerade eine Maschine, mit der ihr lang- und mittelfristig sichtbar bei ChatGPT & Co. bleibt.

Webinar: Schaut vorbei



Recap



FAZIT: Die 5 WICHTIGSTEN TAKE AWAYS

1

KI-Suchsysteme sind die neuen Gatekeeper für Sichtbarkeit und Umsatz

Wer in ChatGPT & Co. nicht vorkommt, verschwindet zunehmend aus dem Blickfeld potenzieller Kund:innen.

2

PR und redaktionelle Erwähnungen sind entscheidend für KI-Relevanz

Unternehmen müssen in qualitativ hochwertigen Medien stattfinden – worauf die KI als Quelle zugreift.

3

Sichtbarkeit ist kein Automatismus – sie muss strategisch gesteuert werden

Mit dem VISIBLE-Modell könnt Ihr Eure KI-Sichtbarkeit systematisch verbessern.

4

Die neue Kommunikationsgleichung verstehen

Redaktionelle Präsenz + Glaubwürdigkeit = KI-Sichtbarkeit = Umsatz

5

Jetzt handeln und First-Mover-Vorteil sichern

Wer früh die richtigen Narrative besetzt, genießt einen langfristigen Vorteil in KI-Suchsystemen.

Fragen?

Anregungen?

Let's discuss!



Vielen Dank!

