Bildungssichtbarkeit
Der KI-Sichtbarkeitsindex für Bildungsanbieter

KI-SICHTBARKEITSINDEX BILDUNG
VOLLREPORT

Musterreport mit Beispieldaten für ein fiktives Muster-Institut. Anbieter, Wettbewerber, Zahlen, Zitate und Befunde sind erfunden und dienen der Veranschaulichung von Aufbau, Tiefe und Darstellung des Reports. Sie sind keine Messung eines realen Anbieters.

KI-Sichtbarkeitsreport

Muster-Institut

Wie KI-Antwortsysteme über deine Einrichtung sprechen: gemessen im Vergleich mit 45 Anbietern, eingeordnet und mit priorisierten Maßnahmen.

BASIS-SCORE

58 / 100

Klasse **B** Regelmäßig genannt, mit Lücken

RANG
7. von 45 Anbietern

MEDIAN DER VERGLEICHSGRUPPE
53 Punkte

VERGLEICHSGRUPPE
Sprachschulen ·
Deutschland · Q3/2026

ERHEBUNG
04.08. bis 10.08.2026

INHALT

1	Auf einen Blick	7	Quellenanalyse
2	Wie dieser Report zu lesen ist	8	Beschreibungstreue
3	Methodik kompakt	9	Einzelwerte und Gesamtbeurteilung
4	Ergebnis je KI-System	10	Maßnahmenpaket: Priorisierung und Details
5	Fragenanalyse: alle Fragen im Überblick	11	Checkliste: KI-Sichtbarkeit erhöhen
+	Deine eigenen Fragen	12	Nachmessung und Erfolgskontrolle
6	Wettbewerbsumfeld	A	Anhang: Fragenliste, Modellversionen, Rohdaten

ERSTELLT FÜR
Maria Muster

EINRICHTUNG
Muster-Institut

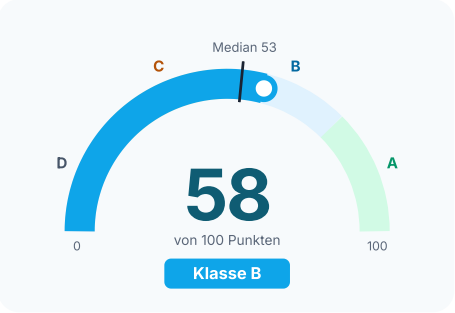
DOMAIN
muster-institut.de

ERHEBUNGSZEITRAUM
04. August bis 10. August 2026, 3 Läufe

METHODIK
Visibility-Panel v1.0 (40 Fragen, 5 Systeme, 3 Läufe), BEISPIELDATEN

REPORT
MUSTER · Stand 18. August 2026

KAPITEL 1 Auf einen Blick

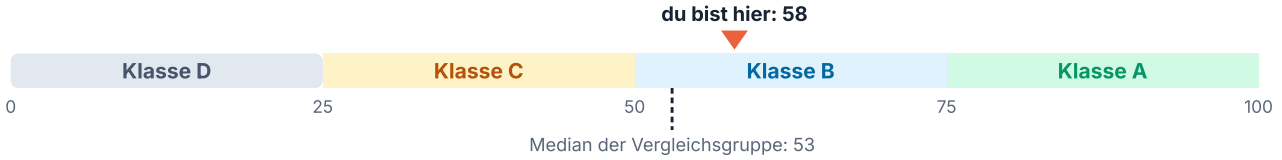


MR
36,0 %
Nennrate
Median 25,5 % · **+10,5 Pkt.** gegenüber dem Median

CR
12,5 %
Zitierrate
Median 5,5 % · **+7,0 Pkt.** gegenüber dem Median

SOV
6,8 %
Share of Voice
Gleichanteil 2,22 % · **+4,6 Pkt.** gegenüber dem Median

POS
2,9
Nennposition
Median 3,5 · **−0,6** gegenüber dem Median (kleiner ist besser)



Die drei wichtigsten Erkenntnisse

1. **Solide Basis mit Lücken:** Muster-Institut wird regelmäßig genannt (Rang 7 von 45), aber der Abstand zum oberen Viertel ist mit gezielten Maßnahmen aufholbar.
2. **Markenpräsenz über dem Median, aber nicht in der Spitze:** 216 Nennungen gegenüber 168 beim Median der Vergleichsgruppe: solide verankert; der Abstand nach oben ist der größte verbleibende Hebel.
3. **8 Maßnahmen mit hohem Nutzen bei geringem Aufwand** stehen im Quadranten „Sofort umsetzen", realistisch innerhalb von 2–4 Wochen startbar, ohne externes Budget.

> **Einordnung:** Score 58 von 100, Klasse B. Damit liegst du **über dem Median** deiner Vergleichsgruppe (53). Zur Erinnerung: Die Klasse beschreibt deine Position im Wettbewerbsumfeld Sprachschulen im Nachfragemarkt Deutschland, nicht die Qualität deines Angebots.

Womit du anfangen solltest

Die drei Maßnahmen mit dem besten Verhältnis aus Wirkung und Aufwand für deine Ausgangslage. Alle 12 Maßnahmen mit Begründung, Aufwand und Zuständigkeit stehen in Kapitel 10.

1 Google Business Profile vollständig pflegen
2–3 Tage, dann laufend · Marketing / Standortleitung

2 Technische Zugänglichkeit für KI-Crawler
1 Woche · Technik

3 Fragen der Interessenten als eigene Inhalte beantworten
2 bis 4 Wochen für die ersten zwanzig Fragen · Marketing / Beratung

KAPITEL 2 Wie dieser Report zu lesen ist

Wer früher eine Bildungseinrichtung suchte, tippte eine Frage bei Google ein und bekam zehn blaue Links. Wer heute fragt, bekommt zunehmend eine fertige Antwort: drei empfohlene Anbieter, ein Absatz Begründung, darunter ein paar Quellenangaben. Die Liste, in der man Platz vier sein konnte, entfällt. Entweder die Einrichtung steht in der Antwort, oder sie existiert für diesen Interessenten in diesem Moment nicht.

Nennung und Zitat: zwei verschiedene Dinge

STUFE	WAS PASSIERT	WAS SIE WERT IST
Nennung	Der Name der Einrichtung fällt in der Antwort.	Bekanntheit. Die Grundvoraussetzung für alles Weitere.
Zitat	Die eigene Website wird als Quelle verlinkt.	Kontrolle. Nur hier bestimmt die Einrichtung selbst, was über sie gesagt wird.

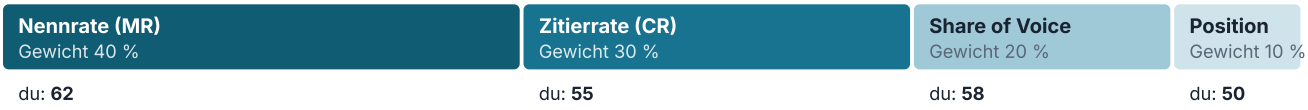
Was der Score aussagt

- Deine **Position im Wettbewerbsumfeld** Sprachschulen im Nachfragemarkt Deutschland, relativ zu 45 Anbietern.
- Wie oft du **genannt** und wie oft du **zitiert** wirst, und welchen Anteil an der Aufmerksamkeit du bekommst.
- Eine **Klasse** statt einer Platzziffer, weil Klassen gegen Messrauschen robust sind.

Was der Score nicht aussagt

- Nichts über die **Qualität** deines Bildungsangebots.
- Nichts über **Anmeldungen**: Sichtbarkeit ist die Voraussetzung, nicht das Ergebnis.
- Er ist eine **Momentaufnahme** (Q3/2026) und verändert sich mit jedem Modellwechsel.
- Er beruht auf **Auszählung, nicht auf Befragung**. Wie zufrieden Interessenten mit einer Nennung sind, sagt er nicht.

Wie der Score zusammengesetzt ist



Score = 0,40 × MR + 0,30 × CR + 0,20 × SoV + 0,10 × POS. „du“ = dein normierter Wert (0 = schwächster, 100 = stärkster Anbieter der Vergleichsgruppe).

Aus dem Score folgt die Klasse: **A ab 75** (in KI-Antworten fest etabliert), **B ab 50** (regelmäßig genannt, mit Lücken), **C ab 25** (vereinzelt genannt), **darunter D** (praktisch nicht vorhanden). Verglichen wird nicht mit einem absoluten Sollwert, sondern mit dem tatsächlichen Wettbewerbsumfeld. Ein Score von 58 bedeutet, besser als rund 58 % der Vergleichsgruppe zu liegen.

Warum sich die Reihenfolge schneller ändert als bei Google

Suchmaschinen-Rankings bewegen sich träge. KI-Antworten hängen zusätzlich am Modell selbst, und das wird alle paar Monate ausgetauscht. Eine Einrichtung, die in den Quellen fest verankert ist, bleibt es meist auch nach einem Modellwechsel. Wer nur knapp drin ist, fällt bei jeder Umstellung heraus. Deshalb wird diese Messung quartalsweise wiederholt und ein einzelner Stand allein sagt wenig.

KAPITEL 3

Methodik kompakt

Diese Seite legt das Verfahren offen, damit die Zahlen nachvollziehbar und nachprüfbar bleiben.

Das Panel

Für die Vergleichsgruppe Sprachschulen · Deutschland gibt es ein festes Panel aus **40 Fragen**, formuliert wie Interessenten sie stellen, vor der ersten Messung festgelegt und für vier Quartale eingefroren. Anbieternamen kommen nur in den Markenfragen vor, dort für jeden Anbieter identisch.

FRAGEKLASSE	FRAGEN	BEISPIEL
Kategorieempfehlung	16	Deutsch-Intensivkurs in Musterstadt
Vergleich / Auswahl	10	Sprachschule oder Volkshochschule
Problem / Bedingung	10	Bildungsurlaub anerkannt in Musterstadt
Marke direkt	4	Was weißt du über das Muster-Institut

Die Erhebung

PARAMETER	FESTLEGUNG
Systeme	ChatGPT, Gemini, Claude, Perplexity, Google AI Overview
Wiederholungen	3 Läufe je Frage, an verschiedenen Tagen
Erhebungsfenster	04. August bis 10. August 2026, 3 Läufe
Personalisierung	keine: anonyme Sitzung, kein Verlauf, kein Login
Region und Sprache	Deutschland, Deutsch
Kennwert	Median über die Läufe, nicht Einzelwert
Keine Antwort	Spielt ein System keine Antwort aus, zählt die Frage als nicht genannt
Rohdaten	Vollständige Antworttexte, 24 Monate archiviert

Die Kennzahlen

KÜRZEL	KENNZAHL	DEFINITION	DEIN WERT
MR	Nennrate	Anteil der Antworten, in denen dein Name genannt wird	36,0 %
CR	Zitierrate	Anteil der Antworten, in denen deine Domain als Quelle verlinkt ist	12,5 %
SoV	Share of Voice	Deine Nennungen geteilt durch alle Anbieternennungen im Panel	6,8 %
POS	Nennposition	Durchschnittliche Position innerhalb der genannten Liste	2,9
ACC	Beschreibungstreue	Wird das Angebot inhaltlich korrekt wiedergegeben? Nur als Beobachtung mit Zitat, fließt nicht in den Score ein	Kapitel 8

Wie mit unterschiedlichen Namensschreibweisen umgegangen wird

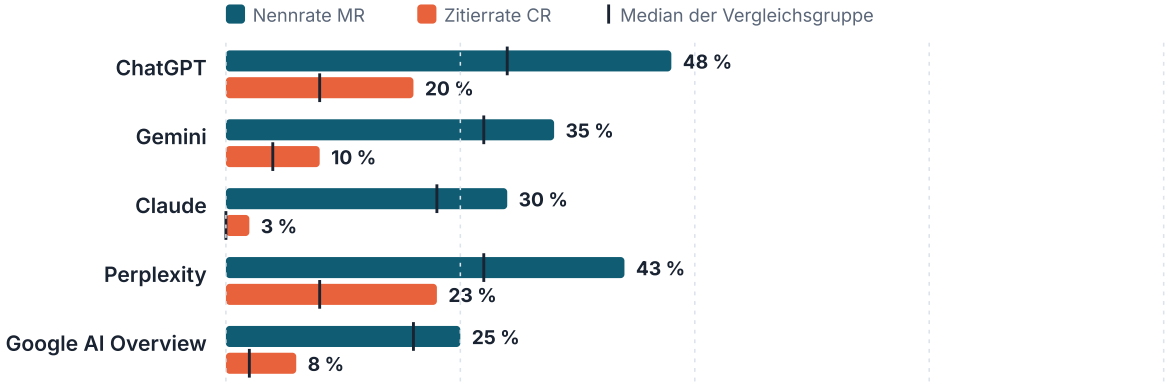
Eine Einrichtung heißt in KI-Antworten selten genau so wie im Handelsregister. Für jeden Anbieter werden deshalb mehrere Schreibweisen getrennt gemessen: Kürzel, ausgeschriebener Name, frühere Namen, Umlautschreibweisen. Gewertet wird die **stärkste** Variante, nicht ihre Summe: Eine Antwort, die zwei Schreibweisen nennt, würde sonst doppelt zählen. Der Wert ist damit eher zu niedrig als zu hoch angesetzt.

GEPRÜFTE SCHREIBWEISE	NENNUNGEN
Muster-Institut **(gewertet)**	216
Muster Institut Musterstadt	41
Sprachschule Muster	9

Gewertet wird die stärkste Schreibweise, nicht die Summe. Sonst zählte eine Antwort, die zwei Schreibweisen nennt, doppelt. Große Abstände zwischen den Zeilen sind ein Hinweis darauf, unter welchem Namen die Einrichtung tatsächlich wahrgenommen wird.

KAPITEL 4 Ergebnis je KI-System

Jedes der 5 Systeme hat dieselben 40 Fragen bekommen, je 3 Mal an verschiedenen Tagen. Gewertet ist der Median der Läufe. Die Systeme unterscheiden sich deutlich darin, wen sie nennen und ob sie Quellen verlinken. Deshalb steht hier jedes System für sich.



Nennrate (MR) und Zitierrate (CR) je System, in Prozent der 40 Fragen. Die dünne Marke ist der Median deiner Vergleichsgruppe.

ChatGPT

OpenAI · GPT-4.1 mit Websuche

40 Fragen · 3 Läufe

48 %
Nennrate MR
genannt in 19 von 40 Fragen

20 %
Zitierrate CR
Domain zitiert in 8 von 40

Nennrate du	19/40
Nennrate Median	12/40
Zitierrate du	8/40
Zitierrate Median	4/40

> „Für einen Deutsch-Intensivkurs in Musterstadt kommen mehrere Sprachschulen infrage: 1. Anbieter A mit täglichem Unterricht am Vormittag und Prüfungsvorbereitung. 2. **Muster-Institut**, eine etablierte Sprachschule mit kleinen Gruppen und telc-Prüfungen im Haus. 3. Anbieter B, stärker auf Firmenkunden ausgerichtet. Achte auf Einstufungstest, Gruppengröße und darauf, ob die Prüfung vor Ort abgelegt werden kann.“
>
> Beispielantwort auf Frage 1: „Welche Sprachschule in Musterstadt ist für einen Deutsch-Intensivkurs empfehlenswert?“ (Auszug, Lauf 2)

Auffälligkeiten

- Antwortet mit Listen von drei bis sechs Anbietern und begründet jede Nennung in ein bis zwei Sätzen. Quellen stehen gesammelt am Ende der Antwort.
- Regional gestellte Fragen: genannt in 12 von 20. Bundesweite Fragen: genannt in 3 von 16. Durchschnittliche Position, wenn genannt: 2,6.
- Meistgenannte Wettbewerber in diesem System: Anbieter A, Anbieter B, Anbieter F.

KAPITEL 4

Ergebnis je KI-System (Fortsetzung)

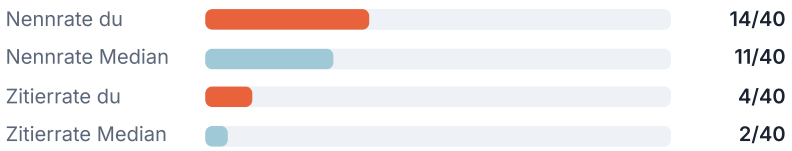
Gemini

Google · Gemini 2.5 Flash

40 Fragen · 3 Läufe

35 %
Nennrate MR
genannt in 14 von 40 Fragen

10 %
Zitierrate CR
Domain zitiert in 4 von 40



> „Integrationskurse mit abschließender Deutschprüfung bieten in Musterstadt unter anderem Anbieter A, die Volkshochschule und Anbieter C an. **Muster-Institut** führt ebenfalls zugelassene Kurse durch; die Termine stehen auf der Website des Anbieters."
>
> Beispielantwort auf Frage 7: „Wo finde ich einen Integrationskurs mit Deutschprüfung in Musterstadt?" (Auszug, Lauf 2)

Auffälligkeiten

- Bevorzugt Anbieter mit gepflegtem Google-Unternehmensprofil und nennt bei regionalen Fragen meist die Kartentreffer.
- Regional gestellte Fragen: genannt in 10 von 20. Bundesweite Fragen: genannt in 0 von 16. Durchschnittliche Position, wenn genannt: 3,5.
- Meistgenannte Wettbewerber in diesem System: Anbieter C, Anbieter D, Anbieter F.

Claude

Anthropic · Claude Sonnet 4 mit Websuche

40 Fragen · 3 Läufe

30 %
Nennrate MR
genannt in 12 von 40 Fragen

3 %
Zitierrate CR
Domain zitiert in 1 von 40



> „Für Deutsch als Fremdsprache auf B2-Niveau gibt es in Deutschland viele Anbieter, darunter bekannte Institutsketten, Volkshochschulen und private Sprachschulen wie Anbieter A oder Anbieter B. Welche Schule passt, hängt von Ort, Zeitmodell und Prüfungsziel ab. Ich empfehle, aktuelle Kursangebote direkt bei den Schulen zu prüfen." (Muster-Institut nicht genannt)
>
> Beispielantwort auf Frage 4: „Welche Sprachschule in Deutschland ist für Deutsch als Fremdsprache auf B2-Niveau gut?" (Auszug, Lauf 2)

Auffälligkeiten

- Antwortet vorsichtiger, nennt seltener konkrete Namen und weist häufiger darauf hin, dass sich Angebote ändern können. Quellen werden selten verlinkt.
- Regional gestellte Fragen: genannt in 8 von 20. Bundesweite Fragen: genannt in 0 von 16. Durchschnittliche Position, wenn genannt: 4,1.
- Meistgenannte Wettbewerber in diesem System: Anbieter A, Anbieter D, Anbieter F.

KAPITEL 4

Ergebnis je KI-System (Fortsetzung)

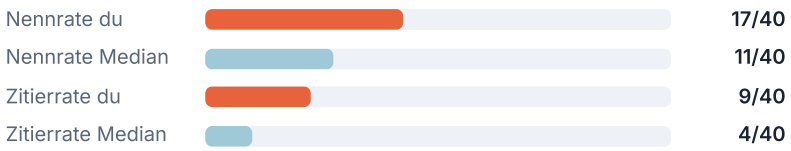
Perplexity

Perplexity AI · Sonar

40 Fragen · 3 Läufe

43 %
Nennrate MR
genannt in 17 von 40 Fragen

23 %
Zitierrate CR
Domain zitiert in 9 von 40



> „Als Bildungsurlaub anerkannte Sprachkurse in Musterstadt bieten Anbieter A [1], **Muster-Institut** [2][3] und Anbieter B [4] an. Bei Muster-Institut sind Intensivkurse in Deutsch, Englisch und Spanisch in mehreren Bundesländern anerkannt [2].“
>
> Beispielantwort auf Frage 27: „Welche Sprachschulen in Musterstadt sind als Bildungsurlaub anerkannt?“ (Auszug, Lauf 2)

Auffälligkeiten

- Verlinkt zu fast jeder Aussage eine Quelle und zitiert Anbieterseiten direkt, wenn sie die Frage konkret beantworten.
- Regional gestellte Fragen: genannt in 12 von 20. Bundesweite Fragen: genannt in 1 von 16. Durchschnittliche Position, wenn genannt: 2,3.
- Meistgenannte Wettbewerber in diesem System: Anbieter A, Anbieter D, Anbieter F.

Google AI Overview

Google · AI Overviews, Region DE

40 Fragen · 3 Läufe

25 %
Nennrate MR
genannt in 10 von 40 Fragen

8 %
Zitierrate CR
Domain zitiert in 3 von 40



> „Englischkurse für Berufstätige in Musterstadt: Anbieter A (Abendkurse, Business English), **Muster-Institut** (Intensiv- und Abendkurse, kleine Gruppen), Anbieter C (Einzelunterricht). Viele Anbieter bieten kostenlose Einstufungstests an.“
>
> Beispielantwort auf Frage 2: „Welche Sprachschulen in Musterstadt bieten Englischkurse für Berufstätige an?“ (Auszug, Lauf 2)

Auffälligkeiten

- Wird nicht bei jeder Frage ausgespielt; bei Vergleichs- und Meinungsfragen bleibt die Übersicht oft aus. Fehlt sie, zählt die Frage als nicht genannt.
- Regional gestellte Fragen: genannt in 6 von 20. Bundesweite Fragen: genannt in 0 von 16. Durchschnittliche Position, wenn genannt: 2,3. Bei 14 Fragen wurde keine Übersicht ausgespielt.
- Meistgenannte Wettbewerber in diesem System: Anbieter B, Anbieter D, Anbieter E.

KAPITEL 5 Fragenanalyse: alle 40 Fragen im Überblick

Jede Zeile ist eine Frage des Panels, jede Spalte ein System. Eine grüne Zelle heißt: Im Median der Läufe wirst du in der Antwort genannt; die Ziffer ist deine Position in der genannten Liste. Ein kleiner Punkt in der Zelle heißt: Deine Domain wird dort auch als Quelle zitiert. Der vollständige Wortlaut aller Fragen steht im Anhang.

genannt, Ziffer = Position · nicht genannt · keine Antwort ausgespielt · deine Domain zitiert

Kategorieempfehlung · 16 Fragen · genannt in 33 von 80 Antworten

Nr.	Frage (Kurzform)	ChatGPT	Gemini	Claude	Perplexity	AI Overview
1	Deutsch-Intensivkurs in Musterstadt	4 •			2	
2	Englisch für Berufstätige in Musterstadt		4		2 •	
3	Spanisch lernen in Musterstadt	4		5		2
4	Deutsch als Fremdsprache B2, bundesweit	4				–
5	Business-Englisch in Musterstadt	2	4	4	1	3
6	Französisch-Abendkurse					
7	Integrationskurs mit Prüfung in Musterstadt	2		4	3	
8	Italienisch für Anfänger in Musterstadt	2	3			
9	Kleine Gruppen in Musterstadt	4	3		2	
10	Berufsbezogenes Deutsch in Musterstadt	2	5	4		2
11	Online-Kurse mit Live-Unterricht					
12	TOEFL- und IELTS-Vorbereitung					–
13	Englisch-Einzelunterricht in Musterstadt		4	5	3	2
14	Kurse für Kinder und Jugendliche in Musterstadt					3
15	Firmensprachkurse in Musterstadt				3 •	
16	Sommerkurse für Studierende in Musterstadt		4	4		

Vergleich / Auswahl · 10 Fragen · genannt in 7 von 50 Antworten

Nr.	Frage (Kurzform)	ChatGPT	Gemini	Claude	Perplexity	AI Overview
17	Sprachschule oder Volkshochschule					–
18	Woran erkennt man eine gute Sprachschule					–
19	Intensivkurs oder Abendkurs					–
20	Sprachschule oder Sprach-App					–
21	Günstig und gut in Musterstadt	3		3		–
22	Beste Bewertungen in Musterstadt		2		3 •	–
23	Kosten Intensivkurs in Musterstadt	1 •	3		3	–
24	Zulassung durch das BAMF					–
25	Gruppenkurs oder Einzelunterricht					–
26	Privat oder Universität					–

Problem / Bedingung · 10 Fragen · genannt in 12 von 50 Antworten

Nr.	Frage (Kurzform)	ChatGPT	Gemini	Claude	Perplexity	AI Overview
27	Bildungsurlaub anerkannt in Musterstadt	2			1 •	
28	telc Deutsch B2 ablegen in Musterstadt					
29	Bildungsgutschein der Agentur für Arbeit					–
30	C1-Zertifikat für das Studium	3			2	
31	Wochenendkurse in Musterstadt	2 •	3		2 •	
32	Deutschkurse mit Kinderbetreuung in Musterstadt	1 •		4		
33	Zweimal wöchentlich abends					–
34	Zertifikat für die Einbürgerung					
35	Kurzfristiger Einstieg in Musterstadt				3	2
36	Vorbereitung Goethe-Zertifikat	3				

Marke direkt · 4 Fragen · genannt in 20 von 20 Antworten

Nr.	Frage (Kurzform)	ChatGPT	Gemini	Claude	Perplexity	AI Overview
37	Was weißt du über das Muster-Institut	1 •	1 •	1	1 •	1 •
38	Kursangebot des Muster-Institut	1 •	1 •	1	1 •	1
39	Muster-Institut: Prüfungszentrum?	1 •	1 •	1	1 •	1 •
40	Preise des Muster-Institut	1 •	1 •	1 •	1 •	1 •

KAPITEL 5 Fragenanalyse: Auswertung nach Frageklasse

Aggregiert nach den vier Frageklassen des Panels. So wird sichtbar, in welcher Art von Frage du vorkommst und wo du fehlst.

FRAGEKLASSE	FRAGEN	CHATGPT	GEMINI	CLAUDE	PERPLEXITY	AI OVERVIEW	GENANNT GESAMT	DOMAIN ZITIERT
Kategorieempfehlung	16	8/16	7/16	6/16	7/16	5/16	**41 %**	4 %
Vergleich / Auswahl	10	2/10	2/10	1/10	2/10	0/10	**14 %**	4 %
Problem / Bedingung	10	5/10	1/10	1/10	4/10	1/10	**24 %**	8 %
Marke direkt	4	4/4	4/4	4/4	4/4	4/4	**100 %**	80 %
Alle Fragen	40	19/40	14/40	12/40	17/40	10/40	**36,0 %**	12,5 %

Regional gegen bundesweit

Bei Fragen mit Ortsbezug (20 Fragen) wirst du in **48 %** der Antworten genannt, bei bundesweit gestellten Fragen (16) in **5 %**. Deine Sichtbarkeit ist regional verankert; bundesweit gestellte Fragen gehen an überregionale Anbieter und Portale.

Markenfragen

Direkt nach dir gefragt, kennen dich 5 von 5 Systemen in allen 4 Fragen. Ob das, was sie sagen, stimmt, steht in Kapitel 8 (Beschreibungstreue).

Deine stärksten Fragen

NR.	FRAGE	SYSTEME
5	Business-Englisch in Musterstadt	5 von 5
10	Berufsbezogenes Deutsch in Musterstadt	4 von 5
13	Englisch-Einzelunterricht in Musterstadt	4 von 5
3	Spanisch lernen in Musterstadt	3 von 5
7	Integrationskurs mit Prüfung in Musterstadt	3 von 5

Fragen, in denen du in keinem System vorkommst

NR.	FRAGE	KLASSE
6	Französisch-Abendkurse	Kategorieempfehlung
11	Online-Kurse mit Live-Unterricht	Kategorieempfehlung
12	TOEFL- und IELTS-Vorbereitung	Kategorieempfehlung
17	Sprachschule oder Volkshochschule	Vergleich / Auswahl
18	Woran erkennt man eine gute Sprachschule	Vergleich / Auswahl
19	Intensivkurs oder Abendkurs	Vergleich / Auswahl

Diese Fragen sind der direkteste Ansatzpunkt für die Maßnahmen „Fragen der Interessenten als eigene Inhalte beantworten“ und „FAQ-Inhalte im Frageformat“.

ERGÄNZUNG

Deine eigenen Fragen

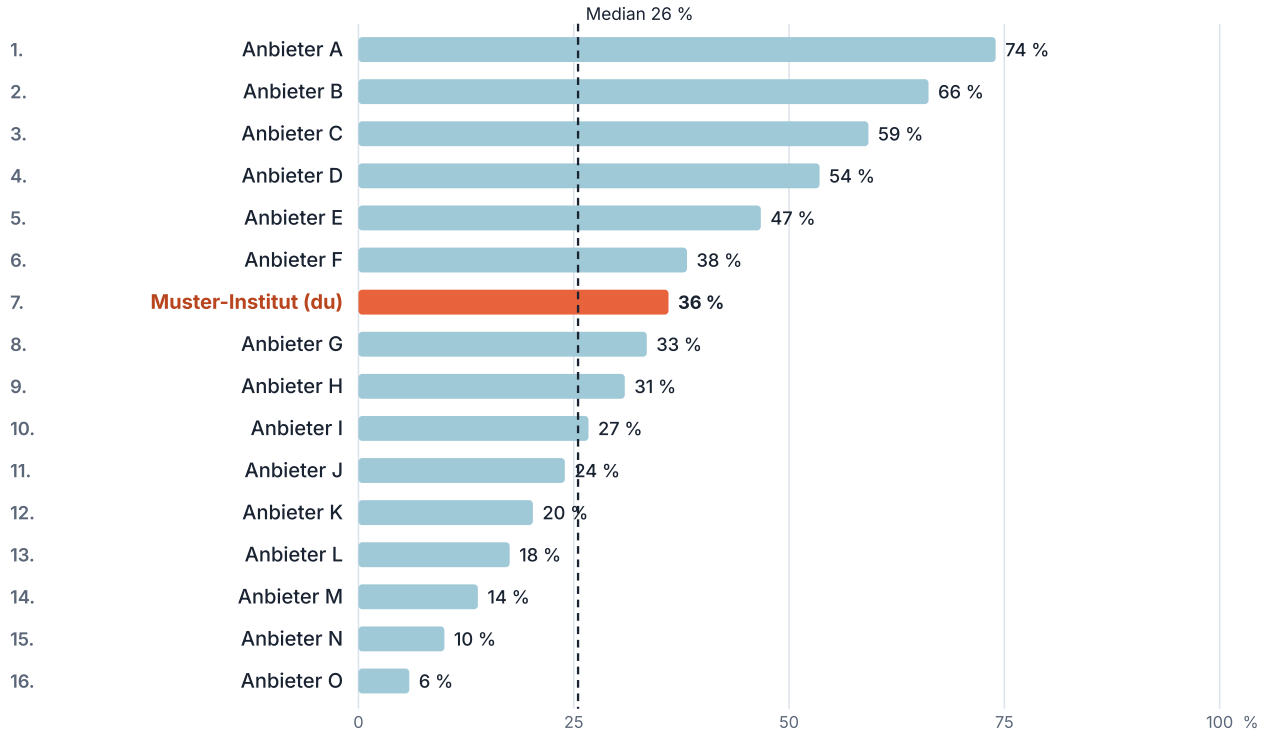
Zusätzlich zum festen 40-Fragen-Panel hast du bei der Bestellung bis zu drei eigene Fragen eingereicht. Sie zählen nicht zu den 40 Panel-Fragen und verändern die Methodik der übrigen Kapitel nicht.

NR.	FRAGE IM WORTLAUT	CHATGPT	GEMINI	CLAUDE	PERPLEXITY	AI OVERVIEW
1	Bietet ihr auch Business-Englisch-Kurse an?	nicht genannt	Position 3	nicht genannt	nicht genannt	nicht genannt
2	Was ist die beste Sprachschule in Musterstadt für Fortgeschrittene?	Position 2	nicht genannt	nicht genannt	Position 3	nicht genannt
3	Nehmt ihr auch Quereinsteiger ohne Vorkenntnisse auf?	nicht genannt	nicht genannt	nicht genannt	nicht genannt	Position 4

Hochgestelltes Z: Deine Domain wird in dieser Antwort zusätzlich als Quelle zitiert. Wie beim festen 40-Fragen-Panel handelt es sich um Beispieldaten zur Veranschaulichung, keine echte Messung.

KAPITEL 6 Wettbewerbsumfeld: wer stattdessen genannt wird

Diese Seiten werden ausschließlich an dich ausgeliefert und nicht veröffentlicht. Deshalb stehen die Wettbewerber hier namentlich. Die Rangfolge bezieht sich auf die Nennrate im Panel deiner Vergleichsgruppe.



Nennrate der 15 meistgenannten Anbieter deiner Vergleichsgruppe und deine eigene, in Prozent der Antworten. Die gestrichelte Linie ist der Median aller 45 Anbieter.

> **Was das für dich heißt:** 6 Anbieter liegen vor dir; Anbieter A wird mit 74 % rund 2,1-mal so oft genannt wie du. Der Abstand zum nächsthöheren Anbieter beträgt 2 Prozentpunkte. Du liegst über dem Median der Vergleichsgruppe.

Wer in den Antworten ohne dich steht

In den Antworten, in denen du fehlst, werden am häufigsten **Anbieter A, Anbieter B, Anbieter C** genannt. Diese drei stehen in fast jeder Empfehlungsantwort deiner Vergleichsgruppe und werden mit denselben Quellen belegt, die in Kapitel 7 aufgeführt sind. Sie sind der Maßstab, an dem die Systeme deine Einrichtung messen: gleiche Fragen, gleiche Quellen, andere Präsenz.

Die Namen unterhalb deiner Position zeigen, wen du derzeit hinter dir lässt. Auch das ist eine Information: Ein Anbieter, der dort mit steigender Nennrate auftaucht, arbeitet an seiner Sichtbarkeit. Die Nachmessung nach 90 Tagen macht solche Bewegungen sichtbar.

KAPITEL 6 Wettbewerbsumfeld: namentlich nach System und Frageklasse

Nach System: die drei meistgenannten Anbieter und dein Rang

SYSTEM	MEISTGENANNTE ANBIETER	DEINE NENNRATE	DEIN RANG IM SYSTEM
ChatGPT	1. Anbieter A · 2. Anbieter B · 3. Anbieter F	48 %	5.
Gemini	1. Anbieter C · 2. Anbieter D · 3. Anbieter F	35 %	7.
Claude	1. Anbieter A · 2. Anbieter D · 3. Anbieter F	30 %	8.
Perplexity	1. Anbieter A · 2. Anbieter D · 3. Anbieter F	43 %	6.
Google AI Overview	1. Anbieter B · 2. Anbieter D · 3. Anbieter E	25 %	9.

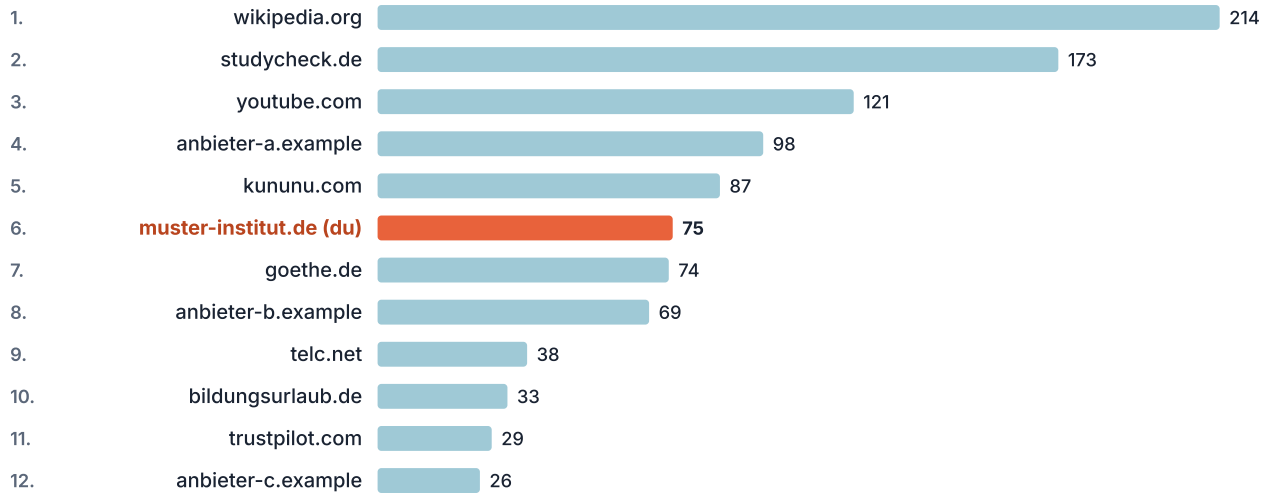
Nach Frageklasse: wer die Antwort dominiert

FRAGEKLASSE	MEISTGENANNTE ANBIETER	SPITZENREITER	DU
Kategorieempfehlung 16 Fragen	1. Anbieter B · 2. Anbieter D · 3. Anbieter E	70 %	**41 %**
Vergleich / Auswahl 10 Fragen	1. Anbieter C · 2. Anbieter D · 3. Anbieter F	41 %	**14 %**
Problem / Bedingung 10 Fragen	1. Anbieter D · 2. Anbieter E · 3. Anbieter F	48 %	**24 %**
Marke direkt 4 Fragen	Markenfragen nennen nur dich; Wettbewerber tauchen als Vergleich auf: Anbieter C, Anbieter D	100 %	**100 %**

Frei wählbare Wettbewerber: Im Vollreport kannst du bis zu drei Anbieter benennen, die in der Nachmessung nach 90 Tagen namentlich neben dir ausgewiesen werden, auch wenn sie nicht unter den 15 meistgenannten sind. Nenne sie einfach bei der Rückmeldung zu diesem Report.

KAPITEL 7 Quellenanalyse: wo KI-Systeme ihre Antworten belegen

KI-Systeme belegen ihre Aussagen mit Links auf wenige, wiederkehrende Domains. Wer dort fehlt, wird seltener genannt und fast nie zitiert. Diese Domains werden in den Antworten deiner Vergleichsgruppe am häufigsten als Quelle geführt.



Zitate je Domain in den ausgewerteten Antworten. Deine eigene Domain ist hervorgehoben.

> Deine Domain **muster-institut.de** steht mit 75 Zitaten auf Platz 6 der meistzitierten Quellen. Die Systeme belegen ihre Empfehlungen vor allem mit wikipedia.org, studycheck.de, youtube.com: Verzeichnisse, Bewertungsportale und Nachschlagewerke. 3 der Quellen sind Websites von Wettbewerbern, das heißt: Anbieterseiten werden direkt zitiert, wenn sie eine Interessentenfrage konkret beantworten.

Was daraus folgt

- **Präsenz in den Portalen ist keine Kür.** Was auf wikipedia.org über dich steht, ist für die Systeme die Wahrheit, auch wenn es veraltet ist. Ein Eintrag, den du nicht pflegst, wird trotzdem zitiert.
- **Deine eigene Domain kann Quelle sein.** Das gelingt dir bereits; die zitierten Seiten müssen aktuell bleiben.
- **Jede Quelle ist eine Adresse.** Die Tabelle auf der nächsten Seite zeigt je Domain, ob du dort vertreten bist und was zu tun ist.

KAPITEL 7 Quellenanalyse: wo du fehlst

Für jede der meistzitierten Quellen haben wir geprüft, ob und wie deine Einrichtung dort vertreten ist. Jede Lücke in dieser Tabelle ist eine konkrete, adressierbare Aufgabe, siehe Maßnahme „Präsenz in zitierten Quellen aufbauen“.

VORHANDEN	UNVOLLSTÄNDIG	FEHLT	HINWEIS
2	3	3	4
Quellen mit vollständigem Eintrag	Eintrag vorhanden, aber lückenhaft oder veraltet	Kein Eintrag, obwohl die Quelle zitiert wird	Nicht direkt adressierbar oder nicht prüfbar

NR.	QUELLE	ZITATE	STATUS	BEFUND	WAS ZU TUN IST
1	wikipedia.org	214	fehlt	Kein Artikel, kein Wikidata-Eintrag.	Relevanz prüfen; mindestens Wikidata-Datensatz mit Website, Standort, Kategorie anlegen.
2	studycheck.de	173	unvollständig	Profil vorhanden, 3 Bewertungen, letzte aus 2023.	Profil vervollständigen, Bewertungen nach Kursabschluss aktiv einholen.
3	youtube.com	121	fehlt	Kein eigener Kanal, keine Erwähnung in Drittvideos gefunden.	Kurze Einblicke (Unterricht, Räume, Prüfung) mit vollständigem Namen im Titel veröffentlichen.
4	anbieter-a.example	98	Hinweis	Website eines Wettbewerbers.	Nicht adressierbar. Zeigt: Anbieterseiten werden zitiert, wenn sie Fragen konkret beantworten.
5	kununu.com	87	unvollständig	Arbeitgeberprofil ohne Beschreibung, 2 Bewertungen.	Profil beschreiben, Standort und Website hinterlegen.
6	**muster-institut.de**	**75**	vorhanden	**Deine eigene Domain, 75 Zitate.**	**Zitierte Seiten aktuell halten.**
7	goethe.de	74	Hinweis	Nicht als Kooperationspartner gelistet.	Prüfen, ob eine Partnerschaft für Prüfungen infrage kommt.
8	anbieter-b.example	69	Hinweis	Website eines Wettbewerbers.	Nicht adressierbar. Zeigt: Anbieterseiten werden zitiert, wenn sie Fragen konkret beantworten.
9	telc.net	38	vorhanden	Als Prüfungszentrum in Musterstadt gelistet.	Eintrag aktuell halten (Termine, Kontakt).
10	bildungsurlaub.de	33	unvollständig	2 von 6 anerkannten Kursen eingetragen.	Alle anerkannten Kurse mit Bundesland und Termin eintragen.
11	trustpilot.com	29	fehlt	Kein Profil.	Profil anlegen und beanspruchen, Bewertungen einholen.
12	anbieter-c.example	26	Hinweis	Website eines Wettbewerbers.	Nicht adressierbar. Zeigt: Anbieterseiten werden zitiert, wenn sie Fragen konkret beantworten.

Die Statusangaben beruhen auf einer Sichtprüfung der jeweiligen Plattform zum Erhebungszeitpunkt. Einträge, die nur nach Anmeldung sichtbar sind, konnten nicht geprüft werden.

KAPITEL 8 Beschreibungstreue: wie die Systeme dein Angebot beschreiben

Die vier Markenfragen fragen direkt nach deiner Einrichtung. Hier zählt nicht, ob du genannt wirst, sondern ob das, was gesagt wird, stimmt. Diese Beobachtung fließt bewusst nicht in den Score ein, weil eine Bewertung von Inhalten immer eine Einschätzung ist. Sie steht hier mit Originalzitat, damit du selbst urteilen kannst.

Faktenbasis, gegen die wir geprüft haben (laut deiner Website)

- Private Sprachschule in Musterstadt, gegründet 1998
- Kurse: Deutsch als Fremdsprache, Englisch, Spanisch, Französisch, Italienisch
- Lizenziertes telc-Prüfungszentrum seit 2019
- Als Bildungsurlaub in mehreren Bundesländern anerkannt
- Intensivkurs (4 Wochen, 20 Stunden pro Woche) ab 690 Euro
- Ein Standort (Musterstadt), keine Sprachreisen

SYSTEM	WAS WEISST DU ÜBER DAS MUSTER-INSTITUT	KURSANGEBOT DES MUSTER-INSTITUT	MUSTER-INSTITUT: PRÜFUNGSZENTRUM?	PREISE DES MUSTER-INSTITUT
ChatGPT	zutreffend	zutreffend	zutreffend	teilweise
Gemini	unzutreffend	zutreffend	teilweise	keine Angabe
Claude	teilweise	teilweise	unzutreffend	keine Angabe
Perplexity	zutreffend	zutreffend	zutreffend	zutreffend
Google AI Overview	zutreffend	teilweise	keine Angabe	keine Angabe

Originalzitate je System

ChatGPT zutreffend

> „Das Muster-Institut ist eine private Sprachschule in Musterstadt, die seit Ende der 1990er-Jahre Intensiv- und Abendkurse in Deutsch, Englisch, Spanisch und Französisch anbietet. Sie ist lizenziertes telc-Prüfungszentrum. Preise liegen nach Angaben der Website bei etwa 600 bis 800 Euro für einen vierwöchigen Intensivkurs."
>
> Antwort auf Frage 37: „Was weißt du über das Muster-Institut in Musterstadt?" (Auszug, Lauf 1)

Zutreffend. Italienisch fehlt, die Preisangabe ist eine Spanne statt des tatsächlichen Einstiegspreises.

Gemini unzutreffend

> „Das Muster-Institut betreibt Sprachschulen in Musterstadt und **Beispielstadt** und ist auf **Sprachreisen ins Ausland** spezialisiert."
>
> Antwort auf Frage 37: „Was weißt du über das Muster-Institut in Musterstadt?" (Auszug, Lauf 1)

Zwei Angaben sind erfunden: Es gibt nur einen Standort und keine Sprachreisen. Solche Zuschreibungen entstehen, wenn ein Modell Anbieter mit ähnlichem Namen vermischt. Eine eindeutige Organisationsauszeichnung (schema.org) und ein Wikidata-Eintrag beugen dem vor.

Claude teilweise

> „Das Muster-Institut bietet vor allem Deutschkurse für Zugewanderte an. **Prüfungen werden extern abgelegt**, meist bei telc-Partnern in der Region."
>
> Antwort auf Frage 37: „Was weißt du über das Muster-Institut in Musterstadt?" (Auszug, Lauf 1)

Veraltet: Seit 2019 ist die Einrichtung selbst Prüfungszentrum. Das Modell stützt sich offenbar auf ältere Quellen. Die aktuelle Prüfungsseite ist nicht datiert und nicht als solche ausgezeichnet.

Perplexity zutreffend

> „Sprachschule in Musterstadt mit Kursen in fünf Sprachen; als Bildungsurlaub anerkannt; Intensivkurs vier Wochen ab 690 Euro [1][2]. telc-Prüfungszentrum [3]."
>
> Antwort auf Frage 37: „Was weißt du über das Muster-Institut in Musterstadt?" (Auszug, Lauf 1)

Zutreffend und vollständig, mit Zitat deiner Domain muster-institut.de als Quelle [1][3].

Google AI Overview teilweise

> „Das Muster-Institut in Musterstadt bietet Sprachkurse an. Öffnungszeiten Montag bis Freitag, 9 bis 18 Uhr."
>
> Antwort auf Frage 37: „Was weißt du über das Muster-Institut in Musterstadt?" (Auszug, Lauf 1)

Zutreffend, aber knapp: keine Angabe zu Kursen, Prüfungen oder Preisen. Die Übersicht speist sich fast nur aus dem Google-Unternehmensprofil.

KAPITEL 9 Deine Einzelwerte und deine Gesamtbeurteilung

Die gemessenen Größen, jeweils neben dem Median deiner Vergleichsgruppe. Der Median ist der mittlere Anbieter: die Hälfte liegt darüber, die Hälfte darunter.

KENNZAHL	WAS SIE MISST	DEIN WERT	MEDIAN VERGLEICHSGRUPPE
Nennrate (MR)	Anteil der 200 Antworten (40 Fragen × 5 Systeme), in denen dein Name fällt	36,0 %	25,5 %
Zitierrate (CR)	Anteil der Antworten, in denen deine Domain als Quelle verlinkt ist	12,5 %	5,5 %
Share of Voice (SoV)	Deine Nennungen geteilt durch alle Anbieternennungen im Panel	6,8 %	2,22 %*
Nennposition (POS)	Durchschnittliche Position innerhalb der genannten Liste, wenn du genannt wirst	2,9	3,5
Brand-Nennungen	Absolute Zahl der Antworten mit deinem Namen über alle 3 Läufe	216	168
Domain-Zitate	Absolute Zahl der Antworten mit deiner Domain als Quelle über alle Läufe	75	54

* Bei 45 Anbietern wäre eine Gleichverteilung 2,22 % je Anbieter. Werte darüber heißen: Du bekommst mehr als deinen rechnerischen Anteil.

Gesamtbeurteilung

Brand-Nennungen: 216

Der Name „Muster-Institut“ fällt in 216 Antworten. Der Median der Vergleichsgruppe liegt bei 168. Deine Marke ist im Antwortkorpus überdurchschnittlich präsent; die Maßnahmen zielen entsprechend auf Absicherung und Beschreibungsqualität statt auf Grundaufbau.

Domain-Zitate: 75

muster-institut.de wird 75-mal als Quelle zitiert und liegt damit über dem Median der Vergleichsgruppe (54). Deine Inhalte sind zitierfähig. Achte darauf, dass die zitierten Seiten aktuell bleiben (Preise, Termine, Ansprechpartner).

Share of Voice: 6,8 %

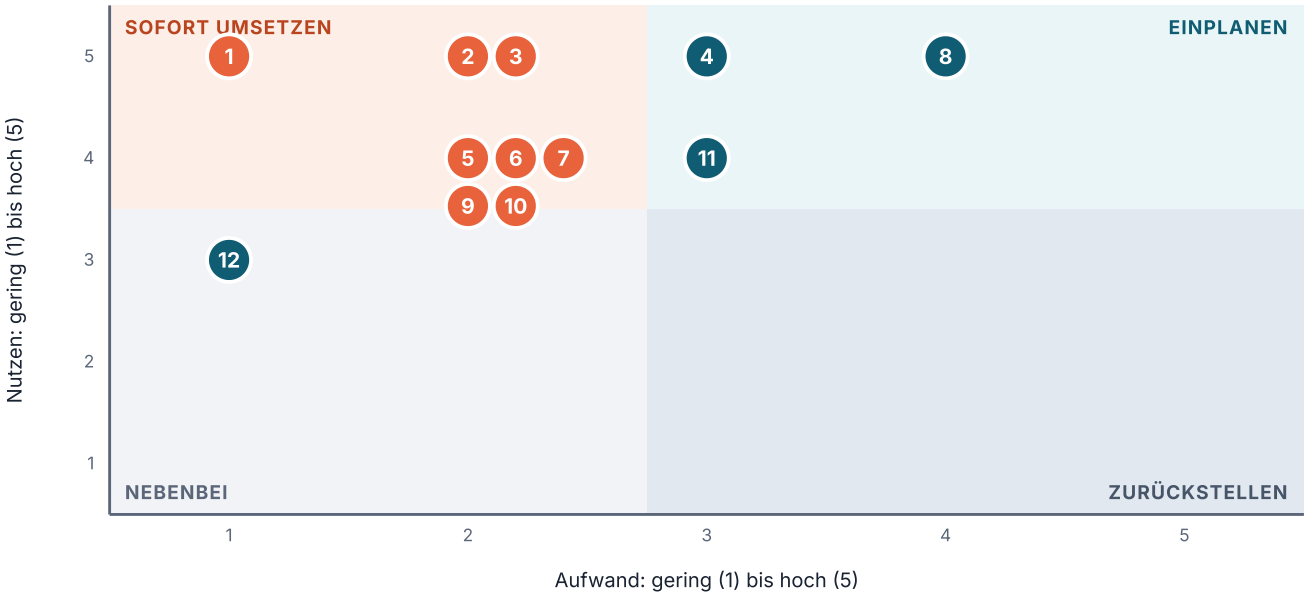
Mit 6,8 % aller Nennungen der Vergleichsgruppe erreichst du mehr als das Doppelte des rechnerischen Gleichanteils (2,22 %). In KI-Antworten deiner Kategorie bist du eine feste Größe.

Plattform-Vergleich

Deine Nennungen verteilen sich auf ChatGPT (57) und Google AI Overview (30). Du bist auf ChatGPT stärker. Google speist seine KI-Antworten stark aus Business-Profilen und lokalen Quellen; dort liegt dein nächster Hebel (Maßnahme „Google Business Profile“).

KAPITEL 10 Maßnahmen: Priorisierung nach Aufwand und Nutzen

Die 12 Maßnahmen dieses Reports sind für deine Ausgangslage priorisiert. Derselbe Katalog führt bei einem Klasse-A-Anbieter zu einer anderen Reihenfolge als bei dir. Die Matrix zeigt, womit du anfangen solltest: oben links stehen die Maßnahmen mit dem besten Verhältnis aus Wirkung und Aufwand.



Wichtig: Die Reihenfolge sagt nichts darüber, ob eine Maßnahme bei dir schon umgesetzt ist.

Priorisiert wird nach **erwarteter Wirkung auf deine Messwerte** und nach Aufwand. Für einen Teil der Maßnahmen konnten wir den Umsetzungsstand an deiner Website prüfen; wo das gelungen ist, steht das Ergebnis direkt auf der Maßnahmenkarte. Bei 4 der 12 Maßnahmen war das möglich. Alles Übrige lässt sich von außen nicht feststellen und bleibt ohne Urteil. Der vollständige Prüfstand steht im Kapitel **Checkliste**.

NR.	MASSNAHME	AUFWAND	NUTZEN	EMPFEHLUNG
1	Google Business Profile vollständig pflegen	●○○○○	●●●●●	Sofort umsetzen
2	Technische Zugänglichkeit für KI-Crawler	●●○○○	●●●●●	Sofort umsetzen
3	Fragen der Interessenten als eigene Inhalte beantworten	●●○○○	●●●●●	Sofort umsetzen
4	Eigene Zahlen veröffentlichen, die es nur bei dir gibt	●●●○○	●●●●●	Einplanen
5	Anbieterprofil auf der eigenen Website schärfen	●●○○○	●●●●○	Sofort umsetzen
6	Strukturierte Daten (schema.org) für Bildungsangebote	●●○○○	●●●●○	Sofort umsetzen
7	FAQ-Inhalte im Frageformat der Nutzer	●●○○○	●●●●○	Sofort umsetzen
8	Neue Inhaltsbereiche erschließen, die thematische Autorität aufbauen	●●●●○	●●●●●	Einplanen
9	Fachliche Autorenschaft sichtbar machen (E-E-A-T)	●●○○○	●●●●○	Sofort umsetzen
10	Vertrauenssignale der Einrichtung belegbar machen	●●○○○	●●●●○	Sofort umsetzen
11	Präsenz in zitierten Quellen aufbauen	●●●○○	●●●●○	Einplanen
12	Konsistente Namensschreibweise durchsetzen	●○○○○	●●●○○	Nebenbei

KAPITEL 10

Das Maßnahmenpaket im Detail

1 Google Business Profile vollständig pflegen

Sofort umsetzen

Problem: Google AI Overviews und lokale KI-Antworten ziehen Stammdaten aus dem Business Profile. Unvollständige Profile fallen aus lokalen Empfehlungslisten heraus.

Maßnahme: Kategorien, Öffnungszeiten, Fotos, Leistungsbeschreibung und Beiträge aktualisieren; Bewertungen aktiv einholen und beantworten.

Aufwand ●○○○○ Nutzen ●●●●● Dauer: **2–3 Tage, dann laufend** Zuständig: **Marketing / Standortleitung**

2 Technische Zugänglichkeit für KI-Crawler

Sofort umsetzen

Problem: Blockierte Crawler (GPTBot, Google-Extended, PerplexityBot) oder rein clientseitig gerenderte Inhalte machen die Website für KI-Systeme unsichtbar, unabhängig von der Qualität.

Maßnahme: robots.txt auf KI-Crawler-Freigaben prüfen, Server-Side-Rendering für Kerninhalte sicherstellen, Ladezeit und interne Verlinkung der Angebotsseiten verbessern.

Prüfstand deiner Website: offen. Gesperrt: GPTBot, PerplexityBot.

Aufwand ●●○○○ Nutzen ●●●●● Dauer: **1 Woche** Zuständig: **Technik**

3 Fragen der Interessenten als eigene Inhalte beantworten

Sofort umsetzen

Problem: Eine Anfrage wird von KI-Systemen in mehrere Teilfragen zerlegt, und zu jeder wird getrennt eine Quelle gesucht. Wer nur die Hauptfrage beantwortet, verschenkt jede Teilfrage an jemand anderen.

Maßnahme: Aus Beratungsgesprächen, Mailanfragen und der Suchkonsole die tatsächlich gestellten Fragen sammeln und je Frage einen eigenen Abschnitt schreiben: Überschrift im Wortlaut der Frage, Antwort im ersten Satz, zwei bis fünf Sätze Umfang, keine Werbeeinleitung.

Prüfstand deiner Website: offen. 0 von 12 Zwischenüberschriften der Startseite sind als Frage formuliert.

Aufwand ●●○○○ Nutzen ●●●●● Dauer: **2 bis 4 Wochen für die ersten zwanzig Fragen** Zuständig: **Marketing / Beratung**

4 Eigene Zahlen veröffentlichen, die es nur bei dir gibt

Einplanen

Problem: Eine Zusammenfassung dessen, was alle sagen, wird durch die nächste bessere Zusammenfassung ersetzt. Eigene Daten sind nicht ersetzbar und deshalb der stärkste einzelne Zitiergrund.

Maßnahme: Kennzahlen aus dem eigenen Betrieb aufbereiten und mit Erhebungszeitraum und Methode veröffentlichen: Abschlussquoten, durchschnittliche Kursgrößen, Vermittlungsquoten, Prüfungsergebnisse, Auswertungen der eigenen Absolventenbefragung. Jährlich fortschreiben, damit die Zahl aktuell bleibt.

Aufwand ●●●○○ Nutzen ●●●●● Dauer: **3 bis 6 Wochen je Auswertung** Zuständig: **Leitung / Qualitätsmanagement**

KAPITEL 10

Maßnahmenpaket (Fortsetzung)

5 Anbieterprofil auf der eigenen Website schärfen

Sofort umsetzen

Problem: KI-Systeme beschreiben Anbieter anhand der eigenen Website. Fehlen dort klare Aussagen zu Angebot, Standort und Zielgruppe, bleibt die Nennung aus oder wird ungenau.

Maßnahme: Eine Seite je Kernangebot mit eindeutiger Beschreibung: Wer, was, für wen, wo, zu welchem Preis. Klartext statt Werbetext. KI-Systeme zitieren Fakten, keine Slogans.

Aufwand ●●○○○ Nutzen ●●●●○ Dauer: **1–2 Wochen** Zuständig: **Marketing / Website**

6 Strukturierte Daten (schema.org) für Bildungsangebote

Sofort umsetzen

Problem: Ohne maschinenlesbare Auszeichnung müssen KI-Systeme raten, was auf der Seite steht. Kurse, Abschlüsse und Standorte werden dann seltener korrekt zugeordnet.

Maßnahme: JSON-LD mit EducationalOrganization, Course und Offer auf den Angebotsseiten ergänzen. Adresse, Kursname, Dauer und Abschluss maschinenlesbar machen.

Prüfstand deiner Website: bereits erfüllt. 2 JSON-LD-Block/Blöcke, Typen: Organization, WebSite. Gefunden: Organization. Diese Maßnahme steht trotzdem in der Liste, weil sie laufend gepflegt werden muss.

Aufwand ●●○○○ Nutzen ●●●●○ Dauer: **3–5 Tage** Zuständig: **Website / Technik**

7 FAQ-Inhalte im Frageformat der Nutzer

Sofort umsetzen

Problem: KI-Systeme beantworten Fragen. Seiten, die diese Fragen wörtlich aufgreifen und knapp beantworten, werden bevorzugt als Quelle herangezogen.

Maßnahme: Die 10 häufigsten Fragen der Zielgruppe (Kosten, Dauer, Voraussetzungen, Vergleich) als eigene FAQ-Abschnitte mit direkter Antwort im ersten Satz beantworten.

Prüfstand deiner Website: offen. Keine FAQPage ausgezeichnet.

Aufwand ●●○○○ Nutzen ●●●●○ Dauer: **1–2 Wochen** Zuständig: **Marketing / Redaktion**

8 Neue Inhaltsbereiche erschließen, die thematische Autorität aufbauen

Einplanen

Problem: KI-Systeme behandeln eine Domain als Autorität für ein Thema, wenn sie es in der Breite abdeckt, nicht wenn sie eine einzelne gute Seite dazu hat. Wer nur seine Angebotsseiten pflegt, konkurriert bei jeder Interessentenfrage neu gegen Portale, die das gesamte Umfeld behandeln.

Maßnahme: Das Themenfeld um das eigene Angebot herum kartieren und die Lücken systematisch füllen: Zugangsvoraussetzungen, Kosten und Finanzierung, Ablauf und Fristen, Abschlüsse und ihre Anerkennung, Alternativen und Abgrenzung, Berufsaussichten. Je Teilthema eine eigene Seite, untereinander verlinkt, statt eines langen Alleskönner-Textes.

Aufwand ●●●●○ Nutzen ●●●●● Dauer: **1 Quartal für den Grundstock, danach laufend** Zuständig: **Marketing / Redaktion**

KAPITEL 10

Maßnahmenpaket (Fortsetzung)

9 Fachliche Autorenschaft sichtbar machen (E-E-A-T)

Sofort umsetzen

Problem: Modelle prüfen, wer hinter einer fachlichen Aussage steht, bevor sie diese übernehmen. Anonyme Inhalte werden seltener zitiert als solche mit benannter, überprüfbarer Urheberschaft, und im Bildungsbereich wiegt das schwerer als anderswo.

Maßnahme: Fachbeiträge und Beratungsseiten mit Namen, Funktion und Qualifikation der verantwortlichen Person zeichnen, dazu eine Profilseite je Person mit Werdegang. Im JSON-LD als author mit sameAs auf die beruflichen Profile verweisen, damit die Person als Entität erkennbar wird.

Aufwand ●●○○○ Nutzen ●●●●○ Dauer: **1 bis 2 Wochen** Zuständig: **Redaktion / Website**

10 Vertrauenssignale der Einrichtung belegbar machen

Sofort umsetzen

Problem: Im Bildungsbereich entscheidet die Frage nach Anerkennung und Trägerschaft darüber, ob eine Empfehlung ausgesprochen wird. Fehlen Akkreditierung, Zulassung und Trägerschaft als überprüfbare Angabe, bleibt die Einrichtung in Empfehlungsfragen außen vor.

Maßnahme: Akkreditierungen, staatliche Anerkennung, Zulassungen und Mitgliedschaften mit Ausstellerin, Geltungsdauer und Prüfnummer auf einer eigenen Seite ausweisen und auf die jeweilige Registerseite der ausstellenden Stelle verlinken. Nicht als Siegelbild, sondern als lesbaren Text.

Aufwand ●●○○○ Nutzen ●●●●○ Dauer: **1 bis 2 Wochen** Zuständig: **Leitung / Qualitätsmanagement**

11 Präsenz in zitierten Quellen aufbauen

Einplanen

Problem: KI-Antworten stützen sich auf wenige, wiederkehrende Quellen-Domains (Verzeichnisse, Fachportale, Vergleichsseiten). Wer dort fehlt, wird nicht zitiert.

Maßnahme: Die im Report gelisteten Top-Quellen der eigenen Vergleichsgruppe durchgehen und Einträge anlegen bzw. aktualisieren: Verzeichnisse, Verbandsseiten, Bewertungsportale.

Aufwand ●●●○○ Nutzen ●●●●○ Dauer: **2–4 Wochen, laufend** Zuständig: **Marketing**

12 Konsistente Namensschreibweise durchsetzen

Nebenbei

Problem: Wird der Anbieter mal mit Rechtsform, mal abgekürzt, mal übersetzt geschrieben, verteilen sich die Nennungen auf mehrere 'Identitäten', keine davon wirkt etabliert.

Maßnahme: Eine verbindliche Schreibweise festlegen und überall durchsetzen: Website, Verzeichnisse, Social-Profile, Pressetexte. Abweichende Alt-Einträge korrigieren.

Aufwand ●○○○○ Nutzen ●●●○○ Dauer: **2–3 Tage** Zuständig: **Marketing**

KAPITEL 11 Checkliste: KI-Sichtbarkeit erhöhen

Diese Liste gilt für jeden Bildungsanbieter, unabhängig vom Messergebnis. Sie folgt der Reihenfolge, in der die Punkte wirken: Erst müssen KI-Systeme an die Inhalte kommen, dann müssen sie die Seite finden, dann muss sich eine Antwort daraus herauslösen lassen. Ein Punkt weiter unten bringt nichts, solange ein Punkt weiter oben offen ist.

Wo wir deine Daten prüfen konnten, steht das Ergebnis dabei. Von 20 Punkten konnten wir 17 an deiner Website prüfen: 11 sind erfüllt, 6 offen. Die übrigen 3 lassen sich von außen nicht beurteilen und bleiben ohne Kennzeichnung.

belegt erfüllt · offen, Befund dabei · von außen nicht prüfbar, ohne Bewertung

Erreichbarkeit für KI-Systeme

✓ **T0.1 Website über HTTPS erreichbar**

Unverschlüsselte Seiten werden von Crawlern abgewertet und von manchen KI-Diensten gar nicht erst abgerufen.

Befund: Startseite über https://muster-institut.de/ abrufbar.

○ **T0.2 KI-Crawler nicht per robots.txt ausgesperrt**

GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot und Google-Extended holen die Inhalte, aus denen KI-Antworten entstehen. Wer sie sperrt, kann nicht genannt werden. Das ist die häufigste unbeabsichtigte Selbstblockade.

Zu tun: robots.txt prüfen und die Sperren für KI-Crawler entfernen, sofern sie nicht bewusst gewollt sind.

Befund: Gesperrt: GPTBot, PerplexityBot.

✓ **T0.3 Inhalte stehen im ausgelieferten HTML**

Wird der Text erst im Browser per JavaScript nachgeladen, sieht ein Crawler eine leere Seite. Keine Maßnahme aus dieser Liste wirkt, solange das so ist.

Befund: 3.420 Zeichen Text im ausgelieferten HTML der Startseite.

✓ **T0.4 Sitemap vorhanden**

Die Sitemap sagt Crawlern, welche Seiten es gibt und wann sie zuletzt geändert wurden. Ohne sie bleibt die Entdeckung dem Zufall der Verlinkung überlassen.

Befund: Gefunden über robots.txt.

○ **T0.5 llms.txt hinterlegt**

Eine llms.txt fasst zusammen, was die Einrichtung anbietet und welche Seiten die verlässlichen Quellen sind. Der Standard ist jung und noch nicht von allen Anbietern ausgewertet, der Aufwand aber gering.

Zu tun: Eine llms.txt im Wurzelverzeichnis anlegen: Kurzbeschreibung, Kernangebote, Links auf die wichtigsten Seiten.

Befund: Unter /llms.txt liegt keine Datei.

Auffindbarkeit im klassischen Index

✓ **T1.1 Seitentitel in brauchbarer Länge**

Der Titel ist das stärkste Einzelsignal für das Thema einer Seite. Zu kurz verschenkt Aussage, zu lang wird abgeschnitten. 50 bis 60 Zeichen sind der brauchbare Bereich.

Befund: Titel der Startseite: 58 Zeichen.

○ T1.2 **Meta-Beschreibung gesetzt**

Die Beschreibung entscheidet über die Klickrate im Suchergebnis und liefert KI-Systemen eine vorformulierte Zusammenfassung der Seite.

Zu tun: Je Seite eine eigene Beschreibung mit 140 bis 160 Zeichen schreiben, die die Kernaussage vorwegnimmt.

Befund: Die Startseite hat keine Meta-Beschreibung.

✓ T1.3 **Genau eine H1-Überschrift je Seite**

Mehrere H1 oder gar keine machen die Hauptaussage der Seite mehrdeutig. Extraktionssysteme nutzen die Überschriftenhierarchie als Gliederung.

Befund: 1 H1-Überschrift(en) auf der Startseite.

✓ T1.4 **Kanonische URL gesetzt**

Ohne Canonical konkurrieren mehrere Adressen derselben Seite miteinander und teilen sich die Signale, statt sie zu bündeln.

Befund: Canonical vorhanden.

✓ T1.5 **Interne Verlinkung trägt**

Interne Links verteilen Autorität und zeigen Crawlern, welche Seiten zusammengehören. Verwaiste Seiten werden seltener abgerufen.

Befund: 34 interne Links auf der Startseite.

Zitierbarkeit in KI-Antworten

✓ T2.1 **Strukturierte Daten (schema.org) vorhanden**

JSON-LD liefert Fakten maschinenlesbar, statt sie aus Fließtext raten zu lassen: Name, Adresse, Angebot, Abschluss. Das ist der Unterschied zwischen erwähnt und korrekt erwähnt.

Befund: 2 JSON-LD-Block/Blöcke, Typen: Organization, WebSite.

✓ T2.2 **Organisationsdaten maschinenlesbar**

Ein Organization- oder EducationalOrganization-Block verankert die Einrichtung als Entität: gleicher Name, gleiche Adresse, gleiche Verweise auf Profile anderswo.

Befund: Gefunden: Organization.

○ T2.3 **FAQ-Auszeichnung für Fragen und Antworten**

FAQPage ist die ergiebigste Auszeichnung für KI-Antworten: fertige Frage-Antwort-Paare, die direkt übernommen werden können.

Zu tun: Die häufigsten Fragen von Interessenten als sichtbare Q-und-A-Abschnitte aufbereiten und zusätzlich als FAQPage auszeichnen.

Befund: Keine FAQPage ausgezeichnet.

○ T2.4 **Überschriften stellen die Frage des Interessenten**

KI-Systeme zerlegen eine Anfrage in Teilfragen und suchen zu jeder den passenden Textblock. Eine Überschrift, die wörtlich die Frage stellt, wird direkt zugeordnet. „Leistungen“ wird es nicht.

Zu tun: Überschriften umformulieren: statt „Studienangebot“ besser „Welche Studiengänge gibt es und mit welchem Abschluss?“

Befund: 0 von 12 Zwischenüberschriften der Startseite sind als Frage formuliert.

✓ **T2.5 Eigene Website wird als Quelle zitiert**

Die Domain als Quelle in einer KI-Antwort ist der einzige Teil der Sichtbarkeit, den die Einrichtung selbst kontrolliert. Wird nur über sie geredet, ohne sie zu zitieren, bestimmen fremde Seiten das Bild.

Befund: 75 Zitate der Domain im Messkorpus (Median der Vergleichsgruppe: 54).

✓ **T2.6 Name fällt in KI-Antworten**

Genannt zu werden ist die Vorstufe zu allem anderen. Wer im Korpus gar nicht vorkommt, taucht auch in keiner Empfehlung auf.

Befund: 216 Nennungen im Messkorpus (Median der Vergleichsgruppe: 168).

○ **T2.7 Bestätigung durch unabhängige Quellen**

Modelle gewichten Aussagen höher, die an mehreren Stellen unabhängig auftauchen. Ein Wikipedia-Beleg ist dabei das stärkste einzelne Signal, weil er in praktisch jedem Trainingskorpus steckt.

Zu tun: Wikipedia- und Wikidata-Eintrag prüfen und belegen lassen, Verbands- und Fachverzeichnisse aktuell halten.

Befund: In der deutschen Wikipedia keine Verlinkung der Domain gefunden.

· **T2.8 Sichtbares Aktualisierungsdatum**

Undatierte Seiten gelten als veraltet. Perplexity gewichtet Aktualität ausdrücklich, und auch die übrigen Systeme bevorzugen Belegbares gegenüber Zeitlosem.

Zu tun: Auf inhaltlichen Seiten ein sichtbares Datum der letzten Aktualisierung ausgeben und im JSON-LD als dateModified spiegeln.

Von außen nicht prüfbar, hier steht bewusst keine Bewertung.

· **T2.9 Eigene Zahlen statt allgemeiner Aussagen**

Eine Zusammenfassung dessen, was alle sagen, wird durch die nächste bessere Zusammenfassung ersetzt. Eigene Zahlen sind nicht ersetzbar und deshalb der stärkste Zitiermagnet.

Zu tun: Absolventenquoten, Vermittlungszahlen, Kursgrößen, Prüfungsergebnisse veröffentlichen, mit Erhebungszeitraum und Methode.

Von außen nicht prüfbar, hier steht bewusst keine Bewertung.

· **T2.10 Verfasser mit Namen und Qualifikation**

Ohne benannte Person hinter einer fachlichen Aussage fehlt die Grundlage, ihr zu vertrauen. Modelle prüfen Autorenangaben, bevor sie eine Behauptung übernehmen.

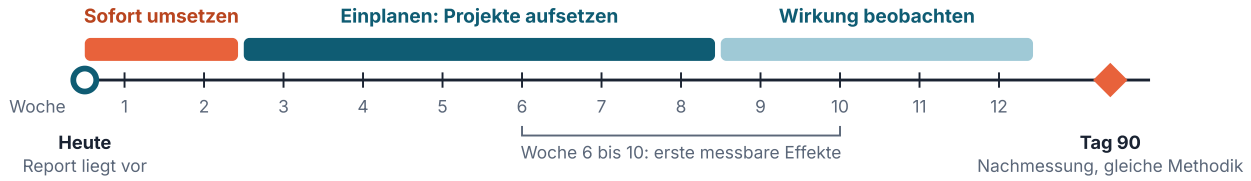
Zu tun: Fachbeiträge mit Namen, Funktion und kurzer Vita zeichnen und im JSON-LD als author mit sameAs-Verweisen hinterlegen.

Von außen nicht prüfbar, hier steht bewusst keine Bewertung.

KAPITEL 12

Nachmessung und Erfolgskontrolle

KI-Sichtbarkeit verändert sich in Wochen, nicht in Tagen. Realistisch sind erste messbare Effekte der Sofort-Maßnahmen nach 6 bis 10 Wochen und belastbare Trends nach einem Quartal. Der Zeitstrahl zeigt, was wann ansteht.



ZEITPUNKT	WAS ZU TUN IST	WORAN DU DEN FORTSCHRITT ERKENNST
Woche 1 bis 2	Maßnahmen aus dem Quadranten „Sofort umsetzen“ starten: technische Freigaben, Namensschreibweise, Profilpflege.	Änderungen sind live, KI-Crawler dürfen zugreifen.
Woche 3 bis 8	Maßnahmen aus „Einplanen“ als Projekte aufsetzen: Quellenaufbau, Inhalte, eigene Zahlen.	Einträge in den zitierten Quellen sind angelegt, neue Seiten indexiert.
Woche 9 bis 12	Wirkung beobachten, nichts Neues starten. Modelle brauchen Zeit, geänderte Quellen einzulesen.	Erste Nennungen in Stichproben, Zitate der eigenen Domain.
Tag 90	Nachmessung mit identischer Methodik: gleiche Fragen, gleiche Systeme, gleiche Vergleichsgruppe, in deinem Vollreport bereits enthalten.	Vergleich Score, MR und CR mit diesem Report.
Quartalsweise	Score-Verlauf beobachten, Maßnahmenplan nachschärfen, Wettbewerber im Blick behalten.	Trend über mindestens drei Messpunkte.

Woran wir die Nachmessung festmachen

Gemessen wird ausschließlich relativ zur Vergleichsgruppe **Sprachschulen · Deutschland** (45 Anbieter). Ein Anstieg deines Scores heißt also: Du hast im Verhältnis zu den anderen aufgeholt, nicht nur absolut mehr Nennungen bekommen. Umgekehrt kann ein gleichbleibender Score bei steigenden Nennungen bedeuten, dass die Wettbewerber im selben Tempo zulegen.

Report MUSTER · erstellt am 18. August 2026 für Maria Muster, Muster-Institut · Herausgeber: bildungssichtbarkeit.de (MADE-WITH.AI LTD) · Rückfragen und Korrekturverfahren: bildungssichtbarkeit.de/kontakt. Bei begründetem Widerspruch erhältst du die archivierten Rohdaten und eine kostenlose Neumessung.

ANHANG Fragenliste, Modellversionen, Rohdaten-Referenz

A. Vollständige Fragenliste mit Ergebnis je System

Ziffer = Position in der genannten Liste (Median der 3 Läufe), Punkt = nicht genannt, Strich = keine Antwort ausgespielt. Ein hochgestelltes Z markiert, dass deine Domain in dieser Antwort als Quelle zitiert wird.

Spalten: GPT = ChatGPT, GEM = Gemini, CLA = Claude, PPX = Perplexity, AIO = Google AI Overview.

NR.	KLASSE	FRAGE IM WORTLAUT	GPT	GEM	CLA	PPX	AIO
1	Empfehlung	Welche Sprachschule in Musterstadt ist für einen Deutsch-Intensivkurs empfehlenswert?	4Z	·	·	2	·
2	Empfehlung	Welche Sprachschulen in Musterstadt bieten Englischkurse für Berufstätige an?	·	4	·	2Z	·
3	Empfehlung	Wo kann ich in Musterstadt Spanisch lernen?	4	·	5	·	2
4	Empfehlung	Welche Sprachschule in Deutschland ist für Deutsch als Fremdsprache auf B2-Niveau gut?	4	·	·	·	-
5	Empfehlung	Welche Anbieter für Business-Englisch-Kurse gibt es in Musterstadt und Umgebung?	2	4	4	1	3
6	Empfehlung	Welche Sprachschulen bieten Abendkurse in Französisch an?	·	·	·	·	·
7	Empfehlung	Wo finde ich einen Integrationskurs mit Deutschprüfung in Musterstadt?	2	·	4	3	·
8	Empfehlung	Welche Sprachschule empfiehlst du für Italienisch-Anfänger in Musterstadt?	2	3	·	·	·
9	Empfehlung	Welche Sprachschulen in Musterstadt unterrichten in kleinen Gruppen?	4	3	·	2	·
10	Empfehlung	Wo kann ich in Musterstadt Deutsch für den Beruf lernen, zum Beispiel für Pflege oder Handwerk?	2	5	4	·	2
11	Empfehlung	Welche Sprachschulen in Deutschland bieten Online-Sprachkurse mit Live-Unterricht an?	·	·	·	·	·
12	Empfehlung	Welche Sprachschule ist gut für die Vorbereitung auf TOEFL oder IELTS?	·	·	·	·	-
13	Empfehlung	Wo kann ich in Musterstadt Einzelunterricht in Englisch nehmen?	·	4	5	3	2
14	Empfehlung	Welche Sprachschulen in Musterstadt bieten Kurse für Kinder und Jugendliche an?	·	·	·	·	3
15	Empfehlung	Welche Anbieter für Firmensprachkurse gibt es in Musterstadt?	·	·	·	3Z	·
16	Empfehlung	Welche Sprachschule in Musterstadt bietet Sommerkurse Deutsch für Studierende an?	·	4	4	·	·
17	Vergleich	Sprachkurs an einer Sprachschule oder an der Volkshochschule: Was ist besser?	·	·	·	·	-
18	Vergleich	Woran erkenne ich eine gute Sprachschule?	·	·	·	·	-
19	Vergleich	Intensivkurs oder Abendkurs: Was bringt schneller Ergebnisse?	·	·	·	·	-
20	Vergleich	Sprachschule vor Ort oder Sprach-App: Was lohnt sich für das Niveau B1 bis B2?	·	·	·	·	-
21	Vergleich	Welche Sprachschulen in Musterstadt sind günstig und trotzdem gut?	3	·	3	·	-
22	Vergleich	Welche Sprachschule hat die besten Bewertungen in Musterstadt?	·	2	·	3Z	-
23	Vergleich	Was kostet ein vierwöchiger Deutsch-Intensivkurs bei einer Sprachschule in Musterstadt?	1Z	3	·	3	-

NR.	KLASSE	FRAGE IM WORTLAUT	GPT	GEM	CLA	PPX	AIO
24	Vergleich	Welche Sprachschulen sind vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge zugelassen?	·	·	·	·	-
25	Vergleich	Gruppenkurs oder Einzelunterricht: Was ist für Berufstätige sinnvoller?	·	·	·	·	-
26	Vergleich	Wie unterscheiden sich private Sprachschulen von den Sprachzentren der Universitäten?	·	·	·	·	-
27	Bedingung	Welche Sprachschulen in Musterstadt sind als Bildungsurlaub anerkannt?	2	·	·	1^{Z}	·
28	Bedingung	Wo kann ich in Musterstadt eine telc-Prüfung Deutsch B2 ablegen?	·	·	·	·	·
29	Bedingung	Welche Sprachschulen akzeptieren den Bildungsgutschein der Agentur für Arbeit?	·	·	·	·	-
30	Bedingung	Ich brauche ein C1-Zertifikat für das Studium in Deutschland. Wo bereite ich mich am besten vor?	3	·	·	2	·
31	Bedingung	Welche Sprachschulen in Musterstadt bieten Kurse am Wochenende an?	2^{Z}	3	·	2^{Z}	·
32	Bedingung	Wo gibt es in Musterstadt Deutschkurse mit Kinderbetreuung?	1^{Z}	·	4	·	·
33	Bedingung	Welche Sprachschulen bieten Kurse für Menschen mit wenig Zeit an, zum Beispiel zweimal wöchentlich abends?	·	·	·	·	-
34	Bedingung	Welche Sprachschule hilft bei einem Sprachzertifikat für die Einbürgerung?	·	·	·	·	·
35	Bedingung	Wo kann ich in Musterstadt kurzfristig in einen laufenden Deutschkurs einsteigen?	·	·	·	3	2
36	Bedingung	Welche Sprachschulen bieten Prüfungsvorbereitung auf das Goethe-Zertifikat an?	3	·	·	·	·
37	Marke	Was weißt du über das Muster-Institut in Musterstadt?	1^{Z}	1^{Z}	1	1^{Z}	1^{Z}
38	Marke	Welche Sprachkurse bietet das Muster-Institut an?	1^{Z}	1^{Z}	1	1^{Z}	1
39	Marke	Ist das Muster-Institut ein anerkanntes Prüfungszentrum?	1^{Z}	1^{Z}	1	1^{Z}	1^{Z}
40	Marke	Was kostet ein Intensivkurs am Muster-Institut?	1^{Z}	1^{Z}	1^{Z}	1^{Z}	1^{Z}

B. Modellversionen und Läufe

SYSTEM	ANBIETER	MODELL / VERSION	LÄUFE	ANTWORTEN
ChatGPT	OpenAI	GPT-4.1 mit Websuche	04.08., 07.08., 10.08.2026	120
Gemini	Google	Gemini 2.5 Flash	04.08., 07.08., 10.08.2026	120
Claude	Anthropic	Claude Sonnet 4 mit Websuche	04.08., 07.08., 10.08.2026	120
Perplexity	Perplexity AI	Sonar	04.08., 07.08., 10.08.2026	120
Google AI Overview	Google	AI Overviews, Region DE	04.08., 07.08., 10.08.2026	78

Alle Anfragen ohne Personalisierung: anonyme Sitzung, kein Verlauf, kein Login, Region Deutschland, Sprache Deutsch. Gewertet ist je Frage und System der Median der Läufe; die Spannweite zwischen den Läufen liegt in den archivierten Rohdaten.

C. Rohdaten-Referenz

Panel **Sprachschulen · Deutschland · Q3/2026**, 40 Fragen, 5 Systeme, 3 Läufe, 600 Antworten. Erhebung 04. August bis 10. August 2026, 3 Läufe. Archiv-Kennung: **muster-institut.de|Q3/2026|MUSTER**. Rohdaten (vollständige Antworttexte, Modellversionen, Zeitstempel) werden 24 Monate aufbewahrt und bei begründetem Widerspruch herausgegeben.

Namensvarianten laut Rohdaten-Referenz: Gewertet: Muster-Institut · Varianten: Muster-Institut = 216 | Muster Institut Musterstadt = 41 | Sprachschule Muster = 9

Verfahrensstand: Visibility-Panel v1.0 (40 Fragen, 5 Systeme, 3 Läufe), BEISPIELDATEN. Änderungen am Verfahren werden mit Datum dokumentiert, damit frühere Reports einordenbar bleiben. Vollständige Methodik, Kennzahlendefinitionen und Veröffentlichungsregeln: bildungssichtbarkeit.de/methodik.

Umsetzung abgeben statt selbst machen

ANZEIGE

made-with.ai

Die Checkliste auf den vorherigen Seiten ist vollständig, aber sie ist Arbeit: strukturierte Daten anlegen, Quellen aufbauen, Inhalte so umschreiben, dass ein Sprachmodell eine Antwort daraus lösen kann. Wer das nicht nebenher erledigen will, gibt es ab.

made-with.ai baut und betreut Websites für Bildungsanbieter und setzt genau diese Maßnahmen als Projekt um: von der technischen Zugänglichkeit für KI-Crawler über schema.org-Auszeichnung bis zum Aufbau von Präsenz in den Quellen, die in KI-Antworten tatsächlich zitiert werden.

Womit wir anfangen

- Technische Prüfung: Kommen die Systeme an die Inhalte?
- Strukturierte Daten für Angebote und Abschlüsse
- Inhalte in zitierfähige Abschnitte umbauen
- Einträge in den zitierten Quellen der Vergleichsgruppe

MADE-WITH.AI LTD

26 Anthipolochagou Georgiou M.Savva
Shop 1-2, 8201 Paphos, Zypern
Registernummer HE 496053

Kontakt

info@made-with.ai
https://made-with.ai

Erstgespräch vereinbaren