



ACADEMY

Curriculum

GEO vs. Marke – Markenführung im KI-Zeitalter
Onlinekurs und Zertifikat

Inhaltsverzeichnis

I. Zielsetzung.....	3
II. Inhalt.....	3
1. KI und die neue Logik digitaler Sichtbarkeit.....	4
a. Die Customer Journey verändert sich.....	4
b. Von Rankings zu Empfehlungen.....	4
c. Die Rolle von LLMs und KI-Assistenten	4
d. Neue Anforderungen an Markenverantwortliche.....	4
2. GEO und maschinenlesbare Markenführung.....	5
a. GEO und LLM-Optimierung.....	5
b. Technische Zugänglichkeit und Struktur.....	5
c. Content als Wissensgrundlage	5
d. Externe Signale und digitale Reputation	5
3. Vertrauen, Relevanz und Markenwahrnehmung in KI-Systemen.....	5
a. Vertrauen als Sichtbarkeitsfaktor	5
b. Markenidentität im KI-Zeitalter	6
c. Customer Journey und Touchpoints.....	6
4. Transferkompetenz und strategische Umsetzung	6
III. Abschluss – Zertifikat Marke im KI-Zeitalter	6

I. Zielsetzung

Der Kurs „GEO vs. Marke – Markenführung im KI-Zeitalter“ vermittelt die Fähigkeit, die Auswirkungen generativer KI auf Markenführung, digitale Sichtbarkeit und Customer Journeys einzuordnen und daraus fundierte Entscheidungen für Kommunikation, Investitionen und Organisationsentwicklung abzuleiten.

Im Mittelpunkt steht ein Perspektivwechsel:
Marken konkurrieren nicht länger ausschließlich um Reichweite und Rankings, sondern zunehmend um Relevanz innerhalb KI-gestützter Informations- und Empfehlungssysteme. Sichtbarkeit entsteht dort, wo KI-Systeme Marken verstehen, einordnen und als vertrauenswürdige Quelle berücksichtigen.

Teilnehmende lernen:

- wie KI-Suche und LLMs die Regeln digitaler Sichtbarkeit verändern,
- welche Faktoren die Wahrnehmung einer Marke in KI-Systemen beeinflussen,
- wie Markenführung und GEO strategisch zusammenwirken,
- und wie sie daraus konkrete Maßnahmen für Organisation, Teams und Budgets ableiten.

Der Fokus liegt bewusst auf **strategischer Handlungsfähigkeit statt Technologie-Hype**.

II. Inhalt

Zertifizierte Personen verfügen über fundierte Kenntnisse zur Einordnung, Bewertung und Priorisierung von Maßnahmen an der Schnittstelle von Markenführung, GEO und KI-Sichtbarkeit.

Sie sind in der Lage:

- den Einfluss generativer KI auf Markenführung und Customer Journeys zu bewerten,
- Sichtbarkeit in KI-Systemen strategisch einzuordnen,
- Maßnahmen für GEO und digitale Markenpräsenz zu priorisieren,
- Investitionen, Kompetenzen und Ressourcen wirkungsvoll auszurichten,
- sowie konkrete Handlungsfelder für die eigene Organisation abzuleiten.

Der Kurs orientiert sich an vier zentralen Kompetenzbereichen:

1. KI und die neue Logik digitaler Sichtbarkeit
2. GEO und maschinenlesbare Markenführung
3. Vertrauen, Relevanz und Markenwahrnehmung in KI-Systemen
4. Transferkompetenz und strategische Umsetzung

1. KI und die neue Logik digitaler Sichtbarkeit

Der erste Kompetenzbereich vermittelt die strategischen Grundlagen von Markenführung in einer KI-geprägten Informationswelt.

a. Die Customer Journey verändert sich

Zertifizierte Personen:

- verstehen die Auswirkungen generativer KI auf Recherche-, Entscheidungs- und Kaufprozesse,
- erkennen die Verschiebung von Suchergebnissen hin zu KI-generierten Antworten,
- bewerten die Konsequenzen für Sichtbarkeit, Markenkontaktpunkte und Kundenerwartungen.

b. Von Rankings zu Empfehlungen

Zertifizierte Personen:

- verstehen die Unterschiede zwischen klassischer Suche und KI-Systemen,
- erkennen die Bedeutung von Empfehlungen innerhalb generativer Antwortsysteme,
- können Auswirkungen auf Markenstrategie und Kommunikationsplanung einordnen.

c. Die Rolle von LLMs und KI-Assistenten

Zertifizierte Personen:

- verstehen, wie KI-Systeme Informationen verarbeiten,
- erkennen relevante Einflussfaktoren für Sichtbarkeit und Wahrnehmung,
- entwickeln ein Verständnis für die Mechanismen moderner KI-Suche.

d. Neue Anforderungen an Markenverantwortliche

Zertifizierte Personen:

- bewerten Auswirkungen auf Teams, Strukturen und Verantwortlichkeiten,
- erkennen neue Kompetenzanforderungen,
- entwickeln Orientierung für strategische Entscheidungen in ihren Organisationen.

2. GEO und maschinenlesbare Markenführung

Der zweite Kompetenzbereich fokussiert die Faktoren, die die Sichtbarkeit von Marken in KI-Systemen beeinflussen.

a. GEO und LLM-Optimierung

Zertifizierte Personen:

- verstehen die Grundlagen von Generative Engine Optimization (GEO),
- unterscheiden operative GEO-Maßnahmen von strategischer Markenführung,
- bewerten Potenziale und Grenzen aktueller Optimierungsansätze.

b. Technische Zugänglichkeit und Struktur

Zertifizierte Personen:

- verstehen die Bedeutung strukturierter Informationen,
- erkennen die Rolle von Content-Strukturen und Datenqualität,
- definieren Maßnahmen zur Verbesserung maschineller Verständlichkeit.

c. Content als Wissensgrundlage

Zertifizierte Personen:

- bewerten Content hinsichtlich Auffindbarkeit und Relevanz,
- verstehen, wie KI-Systeme Inhalte verarbeiten und referenzieren,
- entwickeln Ansätze für langfristig wirksame Content-Strategien.

d. Externe Signale und digitale Reputation

Zertifizierte Personen:

- erkennen die Bedeutung vertrauenswürdiger Quellen,
- bewerten die Rolle von Earned Media, Erwähnungen und Referenzen,
- entwickeln Maßnahmen zum Aufbau digitaler Autorität.

3. Vertrauen, Relevanz und Markenwahrnehmung in KI-Systemen

Der dritte Kompetenzbereich adressiert die strategische Rolle von Marke in einer KI-vermittelten Customer Journey.

a. Vertrauen als Sichtbarkeitsfaktor

Zertifizierte Personen:

- verstehen die Bedeutung von Glaubwürdigkeit und Konsistenz,
- bewerten den Zusammenhang zwischen Vertrauen und Sichtbarkeit,
- entwickeln Maßnahmen zur Stärkung digitaler Vertrauenssignale.

b. Markenidentität im KI-Zeitalter

Zertifizierte Personen:

- erkennen die Bedeutung klarer Positionierung,
- bewerten die Rolle von Sprache, Haltung und Differenzierung,
- entwickeln Ansätze für eine konsistente Markenwahrnehmung.

c. Customer Journey und Touchpoints

Zertifizierte Personen:

- analysieren Veränderungen entlang der Customer Journey,
- identifizieren neue Kontaktpunkte zwischen Marke und Zielgruppe,
- bewerten deren Auswirkungen auf Marketing- und Kommunikationsstrategien.

4. Transferkompetenz und strategische Umsetzung

Teilnehmende übertragen die Inhalte direkt auf ihren eigenen Unternehmenskontext.

Sie:

- analysieren den aktuellen Reifegrad ihrer Marke hinsichtlich KI-Sichtbarkeit,
- identifizieren konkrete Handlungsfelder für Marke, Content und digitale Präsenz,
- priorisieren Maßnahmen nach Wirkung und Umsetzbarkeit,
- entwickeln erste Roadmaps für Teams, Projekte und Investitionen.

Ziel ist, den Kurs nicht mit abstrakten Zukunftsszenarien, sondern mit konkreten strategischen Entscheidungen und nächsten Schritten zu verlassen.

III. Abschluss – Zertifikat Marke im KI-Zeitalter

Nach erfolgreicher Teilnahme am Kurs, der wesentliche Kenntnisse zu Markenführung, GEO, KI-Sichtbarkeit und strategischer Entscheidungsfindung vermittelt, wird Dein Wissen durch ein **BVDW Academy Zertifikat** offiziell bestätigt.

Das Zertifikat dokumentiert Deine Kompetenz, die Auswirkungen generativer KI auf Marken, Sichtbarkeit und Customer Journeys einzuordnen und daraus fundierte Handlungsempfehlungen für Unternehmen abzuleiten.



Über die BVDW Academy – Dein Partner für digitale Weiterbildung

Wir sind kein gewöhnlicher Bildungsanbieter. Als fester Bestandteil des größten Digitalverbands Deutschlands, dem Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. sitzen wir direkt an der Quelle der digitalen Wirtschaft. Bei uns triffst Du die Köpfe, die Markttrends nicht nur beobachten, sondern sie in den Working Groups des Verbandes maßgeblich definieren, Standards formen und in Lerninhalte gießen. Seit über drei Jahrzehnten ist der BVDW e.V. ein zentraler Akteur im Bereich digitaler Innovationen. Unsere Schulungen basieren auf tiefgehender Branchenexpertise und sind praxisorientiert gestaltet. Unsere Programme sind auf die Bedürfnisse von Einzelpersonen, Fachleuten und Unternehmen zugeschnitten. Teilnehmer erhalten hochwertige Zertifikate, die in der Digitalwirtschaft anerkannt sind. Unsere Schulungsangebote sind immer am Zahn der Zeit. Wir setzen auf Themen, die die Zukunft der Wirtschaft prägen – von Künstlicher Intelligenz bis hin zu datengetriebenen Geschäftsmodellen.

www.bvdw-academy.de/

Impressum

Erscheinungsort:	Berlin
Erscheinungsdatum:	August 2026
Herausgeber:	BVDW Services GmbH Obentrautstraße 55 10963 Berlin +49 30 2062186 – 0 academy@bvdw.org www.bvdw-academy.de