

KIWI.

Hi.

WHITEPAPER KI-SICHTBARKEIT

Wer ist eigentlich dieser J(a)SON ...

Und was hat er mit Ihrer Sichtbarkeit in der KI-Suche zu tun?

DAS PROBLEM

Warum Ihr Unternehmen in KI-Systemen nicht erscheint, wenn Fakten fehlen

Ihre Kunden googeln nicht mehr nur. Sie fragen ChatGPT, lassen sich von Perplexity eine Shortlist nennen oder bitten Gemini um einen Vergleich. In diesen Antworten fallen oft nur zwei oder drei Namen. Wer dann fehlt, fehlt.

Für Unternehmen entsteht daraus ein neues Problem. Die klassischen SEO-Rankings bleiben wichtig. Aber wer in KI-Antworten nicht vorkommt, fehlt in einem Kanal, den immer mehr Einkäufer nutzen.

Was JSON mit Ihrer Sichtbarkeit zu tun hat

JSON ist eigentlich ein Datenformat für Entwickler. Aber das Prinzip dahinter entscheidet mit, ob Ihr Unternehmen in KI-Antworten erscheint oder nicht: Je klarer und konsistenter Ihre Unternehmensinformationen strukturiert sind, desto besser kann eine KI sie einordnen. Und wer schlecht eingeordnet wird, wird seltener genannt.

STECKBRIEF

J(a)SON

EIGENTLICH	Ein Datenformat für strukturierte Informationen
BERUF	Sorgt dafür, dass KI-Systeme Unternehmensdaten eindeutig lesen können
WIRKUNG	Klar strukturiert = häufiger genannt. Unklar = übersehen.

DER PRAXIS-CHECK

Was eine KI sieht, wenn sie Ihr Unternehmen sucht

FIKTIVES BEISPIEL

„Brockmann Präzisionstechnik“, ein CNC-Zulieferer aus der Region Osnabrück¹:

Was die Website liefert	Was eine KI braucht
„Jahrzehntelange Erfahrung“	Gegründet 1987, 38 Jahre Marktpräsenz
„Höchste Präzision“	Toleranzen bis $\pm 0,002$ mm
Alter Firmenname auf LinkedIn	Einheitlicher Name auf allen Kanälen
Keine Zertifizierungen als Text	ISO 13485, DIN EN 9100
Keine Branchenfokussierung	Medizintechnik, Luft- und Raumfahrt, Automotive

¹ „Brockmann Präzisionstechnik“ ist ein konstruiertes Beispiel und dient ausschließlich der Veranschaulichung eines typischen Falls im mittelständischen B2B-Umfeld.

Fragt ein Einkäufer eine KI nach einem zuverlässigen CNC-Zulieferer für Medizintechnik-Komponenten in Niedersachsen, nennt sie den Wettbewerber. Weil dieser das bessere Angebot hat? Vielleicht. Vor allem ist er lesbarer. Seine Website liefert klarere und konsistentere Informationen.

DIE LÖSUNG

Was Sie konkret brauchen

1**SEO als Basis**

Saubere Seitentitel, Meta-Beschreibungen, logisch strukturierte Überschriften und klar aufgebaute Seiten helfen Suchmaschinen und KI-Systemen, Inhalte einzuordnen.

2**Mehr Fakten**

„Qualität, die überzeugt“ hilft niemandem. Was zählt: Welche Leistungen bieten Sie an? Für welche Branchen? An welchen Standorten? Mit welchen Zertifizierungen?

3**Strukturierte Daten**

Schema Markup und eine gut strukturierte Grounding Page machen Standorte, Leistungen und Bewertungen für KI-Systeme eindeutig lesbar.

4**Fragen beantworten**

Viele KI-Antworten orientieren sich an konkreten Nutzerfragen. Wer diese direkt auf der Website beantwortet, erhöht seine Chance auf Berücksichtigung.

5**Informationen angleichen**

Name, Kernleistung und Standort müssen auf Website, LinkedIn und in Branchenportalen identisch sein. Widersprüche erzeugen unklare Signale.

IHR NÄCHSTER SCHRITT

Wie sichtbar sind Sie gerade **wirklich**?

Wir prüfen systematisch in den wichtigen KI-Systemen, ob und wie Ihr Unternehmen dort erscheint: welche Informationen genannt werden, wo Lücken bestehen und wo Widersprüche entstehen.

Das erste Audit mit konkreten Empfehlungen ist für Sie kostenlos. Sie erhalten die Auswertung innerhalb von drei Werktagen. Anschließend besprechen wir die Ergebnisse persönlich mit Ihnen.

Jetzt kostenlos prüfen lassen

In drei kurzen Fragen zeigen wir Ihnen, wo Ihr Unternehmen in der KI-Suche heute steht und was als Nächstes zu tun ist.

[→ Zum KI-Quickcheck](#)

Let's talk!

Ich freue mich auf ein erstes, unverbindliches Gespräch mit Ihnen.

Oliver Scheu

Senior KI Berater + Acquisition Strategist

E-Mail an Oliver Scheu



[E-Mail an info@kiwi.de](mailto:info@kiwi.de)

[Anrufen +49 541 668 580](tel:+49541668580)

kiwi.de

Quellen: Microsoft Bing Blog, „Evolving role of the index: From ranking pages to supporting answers“, Mai 2026. University of Toronto, Forschung zu Generative Engine Optimization, September 2025 (arXiv:2509.08919).