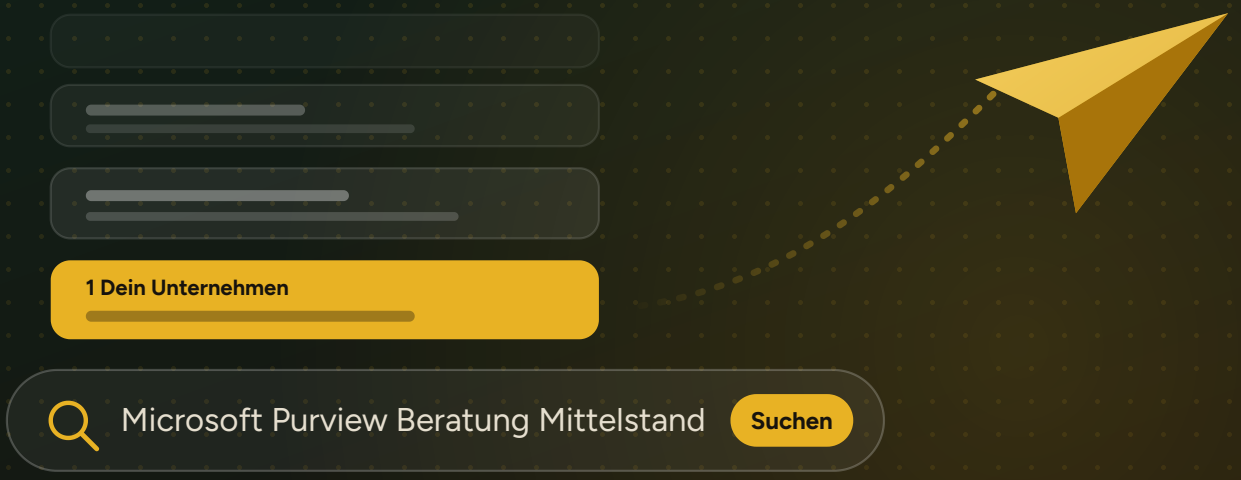
MarketingPiloten



70 %
der Kaufentscheidung sind gelaufen, bevor Käufer einen Anbieter kontaktieren (6sense, 2024)

94 %
der B2B-Käufer nutzen KI im Einkauf (Forrester, 2026)

Leitfaden für Geschäftsführer

Gefunden werden statt hinterhertelefonieren.

Demand Generation für IT-Unternehmen im Microsoft-Umfeld. In 10 Minuten verstehen, warum Sichtbarkeit planbar ist und was sie für deinen Vertrieb bedeutet.

UNSERE ÜBERZEUGUNG

Der Kunde entscheidet, bevor er anruft.

> **Gute IT-Dienstleister verlieren Aufträge selten, weil sie schlechter sind. Sie verlieren sie, weil sie nicht gefunden werden.**

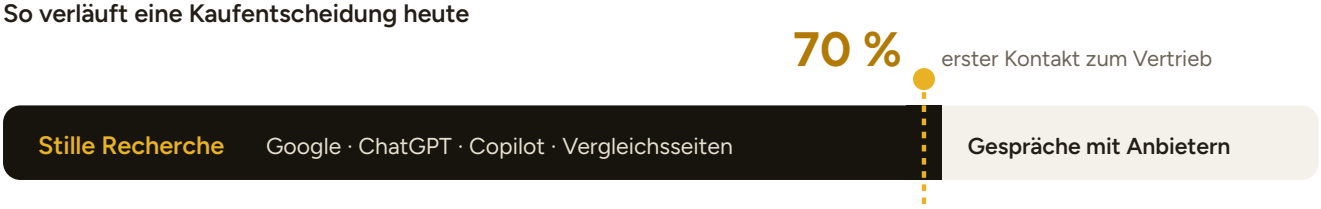
Das ist unsere Überzeugung, und sie ist der Grund, warum es MarketingPiloten gibt. Im Microsoft-Umfeld sitzt enormes Wissen in den Unternehmen: zertifizierte Berater, gelungene Projekte, echte Lösungen. Nur sehen das die Kunden nicht, bevor sie ihre Entscheidung treffen. Denn Entscheider recherchieren heute selbst, lange bevor sie mit einem Anbieter sprechen.

70 %
der Kaufentscheidung sind gelaufen, wenn ein B2B-Käufer zum ersten Mal Kontakt aufnimmt.
(6sense, 2024)

81 %
der Käufer haben zu diesem Zeitpunkt schon einen Wunschanbieter.
(6sense, 2024)

94 %
der B2B-Käufer nutzen KI im Einkauf. Sie ist doppelt so oft die wichtigste Quelle wie jede andere.
(Forrester, 2026)

So verläuft eine Kaufentscheidung heute



Wer in der dunklen Phase nicht auftaucht, kommt gar nicht erst auf die Shortlist.

	FRÜHER	HEUTE
Erster Kontakt	Messe, Anruf, Empfehlung	Google-Suche, Frage an ChatGPT oder Copilot
Wer erklärt	Der Vertrieb erklärt die Lösung	Der Kunde hat sich schon selbst informiert
Wann du ins Spiel kommst	Am Anfang der Entscheidung	Wenn die Shortlist schon steht
Was zählt	Wen du kennst	Was man über dich findet

> **Wer bei der Recherche fehlt, steht nicht auf der Liste.**

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

Die wichtigste Phase des Verkaufs läuft ohne deinen Vertrieb. Ob du in die engere Wahl kommst, entscheidet sich auf Seiten, die du entweder besetzt oder deinem Wettbewerb überlässt.

6sense (2024) 2024 Buyer Experience Report, zitiert nach Demand Gen Report. Forrester (2026) Buyers' Journey Survey 2025, Forrester Blogs. Vollständige Quellen auf der Rückseite.

DIE SICHTBARKEITS-LÜCKE

Was dich Unsichtbarkeit kostet.

Die Kompetenz ist da. Sie wird nur nicht gefunden.

Die meisten IT-Unternehmen im Microsoft-Umfeld haben ein starkes Portfolio: Modern Work, Security, Azure, Dynamics, Daten und KI. Online sichtbar ist davon oft nur ein Bruchteil. Typisch sind drei Muster:

- **Neues Geschäft kommt aus Kaltakquise und Empfehlungen.** Beides hängt an einzelnen Personen und lässt sich kaum planen.
- **Der Blog bekommt einen Artikel im Quartal.** Zu wenig, um bei Google oder in der KI-Suche eine Rolle zu spielen.
- **Zu den einzelnen Lösungen gibt es keine eigenen Seiten.** Wer nach „Microsoft Purview Beratung“ sucht, landet beim Wettbewerb.

Die Ursache ist fast nie mangelnder Wille. Das Marketing ist mit Messen, Co-Marketing, Partnerprogrammen und Vertriebsunterlagen voll ausgelastet.



WAS PASSIERT	WAS ES DICH KOSTET
Kunden finden zu deinen Lösungen nur den Wettbewerb	Projekte, von denen du nie erfährst. Sie tauchen in keinem Forecast auf.
Neue Kontakte entstehen nur durch Kaltakquise	Vertriebszeit, die in Abschlüssen fehlt
Geschäft hängt an Empfehlungen	Wachstum, das du nicht steuern und nicht skalieren kannst
KI-Assistenten nennen andere Anbieter	Die Kunden, die heute als Erstes eine KI fragen

Unsichtbarkeit kostet nicht sichtbar Geld. Sie kostet Aufträge, die du nie gesehen hast.

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

Jede deiner Lösungen, zu der man dich nicht findet, ist ein offenes Feld für deinen Wettbewerb. Mehr Sichtbarkeit heißt nicht mehr Marketing um seiner selbst willen, sondern mehr Gespräche, die dein Vertrieb nicht erst erzeugen muss.

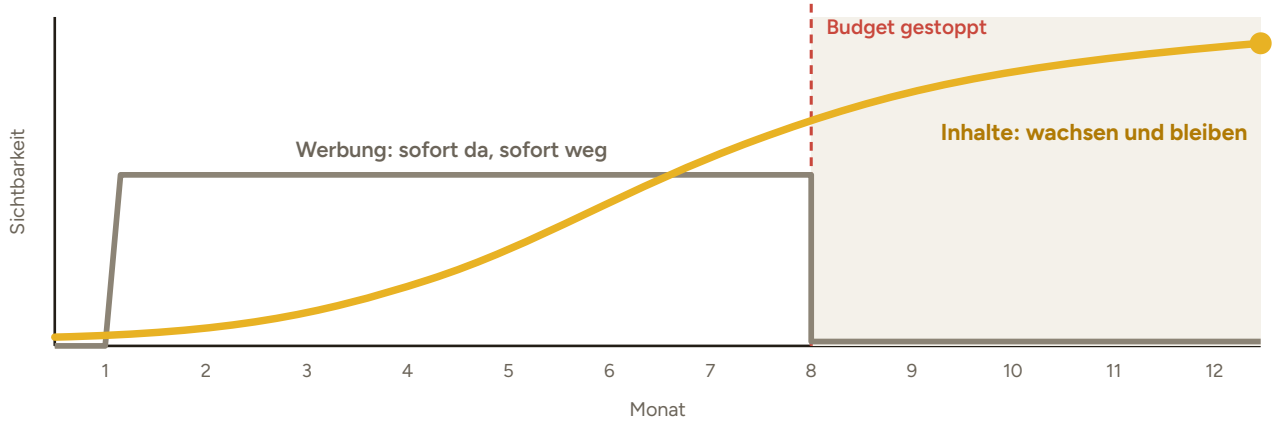
DREI WEGE ZU ANFRAGEN

Gemietete gegen eigene Sichtbarkeit.

Werbung mietest du. Inhalte gehören dir.

Es gibt drei Wege, an neue Anfragen zu kommen. Alle drei kosten Geld. Aber nur einer baut etwas auf, das bleibt. **Lead Generation** heißt: Du gehst auf Kontakte zu, per Kaltakquise oder gekaufter Adressen. **Bezahlte Werbung** heißt: Du kaufst Aufmerksamkeit über LinkedIn oder Google Ads, aber nur so lange, wie Budget fließt. **Demand Generation** heißt: Kunden finden dich, wenn sie selbst nach einer Lösung suchen. Jede Seite, die dazu entsteht, bleibt online und arbeitet weiter.

Sichtbarkeit über 12 Monate (schematisch)



	LEAD GENERATION	BEZAHLTE WERBUNG	DEMAND GENERATION
Prinzip	Du gehst auf Kontakte zu	Du kaufst Aufmerksamkeit	Kunden finden dich, wenn sie suchen
Wenn du aufhörst	Keine neuen Gespräche	Sichtbarkeit sofort weg	Seiten bleiben und bringen weiter Anfragen
Vertrauen	Niedrig, der Kontakt stört	Mittel, als Werbung erkannt	Hoch, der Kunde hat selbst gesucht
KI-Suche	Spielt keine Rolle	Spielt keine Rolle	Inhalte werden zitiert und empfohlen

Ehrlich gesagt: Werbung hat ihren Platz, für einen schnellen Schub oder ein Event. Ein Fundament baut sie nicht. Inhalte brauchen ein paar Wochen, danach wächst ihr Wert mit jedem Monat. Bei MarketingPiloten gilt das wörtlich: Alle Seiten gehören dir und bleiben online, auch wenn du kündigst.

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

Werbebudget ist eine Ausgabe. Inhalte sind eine Investition: Jeder Euro schafft eine Seite, die auch nächstes Jahr noch Anfragen bringt. Du baust einen Vermögenswert auf, statt Sichtbarkeit monatlich neu zu mieten.

SELBST-CHECK

Wo stehst du?

> **Acht Fragen, zwei Minuten. Ehrlich beantwortet, zeigen sie dir, wie sichtbar dein Unternehmen wirklich ist.**

Kreuze jede Frage an, die du mit „Ja“ beantworten kannst. Jedes Kreuz zählt einen Punkt.

- ☐ **1** Wenn du deine drei wichtigsten Lösungen bei Google suchst (etwa „Copilot Einführung“ plus deine Region), erscheint dein Unternehmen auf Seite 1?
- ☐ **2** Wenn du ChatGPT oder Copilot fragst „Welche Anbieter helfen bei [deine Lösung] im Mittelstand?“, wirst du genannt?
- ☐ **3** Hat jede deiner wichtigsten Lösungen eine eigene Seite auf deiner Website?
- ☐ **4** Erscheint mindestens einmal pro Woche neuer Fachinhalt von dir?
- ☐ **5** Kamen im letzten Quartal Anfragen über deine Website, ohne dass dein Vertrieb vorher Kontakt hatte?
- ☐ **6** Weißt du, zu welchen Suchbegriffen dein Unternehmen gefunden wird?
- ☐ **7** Klingen deine Inhalte nach euch, mit euren Projekten, Beispielen und eurer Sprache?
- ☐ **8** Würde deine Sichtbarkeit bleiben, wenn du morgen alle Werbebudgets stoppst?

Auswertung

Unsichtbar — 0 bis 3

Kunden finden bei der Recherche vor allem deinen Wettbewerb. Hier liegt das größte Potenzial, weil schon wenige gezielte Seiten einen Unterschied machen.

Teilweise sichtbar — 4 bis 6

Das Fundament steht, aber es fehlt an Regelmäßigkeit und Breite. Du verschenkst Anfragen zu Lösungen, die du anbietest, aber nicht besetzt.

Gut aufgestellt — 7 bis 8

Du bist sichtbar. Die Frage ist, wie du das mit vertretbarem Aufwand hältst und auf weitere Schwerpunkte ausbaust.

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

Jede Frage mit „Nein“ steht für Anfragen, die gerade woanders landen. Wenn du unsicher bist, wie deine Antworten zu bewerten sind, gehen wir den Check im Erstgespräch gemeinsam mit dir durch.

DIE EHRLICHE FRAGE

Warum hast du das noch nicht?

Nicht das Wollen fehlt, sondern ein System, das ohne dein Team läuft.

Wenn Sichtbarkeit so viel bringt, warum hat sie dann kaum ein IT-Unternehmen? Aus unseren Gesprächen mit Geschäftsführern kennen wir fünf Gründe. Meist treffen mehrere gleichzeitig zu.



1. **Kapazität.** Dein Marketing ist mit Messen, Co-Marketing, Partner-Logos, Webinaren und Vertriebsunterlagen ausgelastet. Regelmäßiger Content fällt als Erstes hinten runter.
2. **Know-how.** Gute Inhalte für Google und die KI-Suche brauchen Suchanalyse, Fachwissen, Texten und Technik. Diese Mischung findest du selten in einer Person.
3. **Priorität.** Kundenprojekte gehen immer vor. Deine Experten haben das Wissen, aber keine Zeit, es aufzuschreiben.
4. **Agenturen verkaufen Stunden, kein System.** Du bekommst einzelne Texte, abgerechnet nach Aufwand, aber keinen Prozess, der täglich läuft und messbar besser wird.
5. **KI-Werkzeuge allein liefern Texte, keine Ergebnisse.** Analyse, Prüfung, Veröffentlichung, Verlinkung und Messung baut niemand nebenbei.

Das Muster dahinter: Sichtbarkeit scheitert nicht an einem einzelnen Text, sondern an der Regelmäßigkeit. Wer drei Monate veröffentlicht und dann ein halbes Jahr pausiert, fängt jedes Mal von vorne an.

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

Mehr Druck auf dein Team löst das Problem nicht, eine weitere Agentur für Einzeltexte auch nicht. Die Frage ist, wer das System baut und jeden Tag betreibt, damit dein Team sich um Kunden kümmern kann.

DAS SYSTEM

So entsteht jede Seite.

> **Jede Seite beginnt mit einer Frage: Was erwartet Google zu diesem Thema, und was fehlt den anderen?**

Wir schreiben nicht ins Blaue. Bevor ein Text entsteht, wissen wir, wonach deine Kunden suchen und was die Seiten auf Platz 1 bis 10 bereits liefern. So läuft es, vereinfacht dargestellt:

01

Suchbegriff festlegen

Wo willst du auf Seite 1 stehen? Den Rahmen stecken wir einmal im Onboarding ab.

02

Wettbewerb analysieren

Unsere Agenten besuchen die zehn bestplatzierten Seiten bei Google zu deinem Begriff.

03

Inhalte zerlegen

Text extrahieren, Füllwörter entfernen, Fachbegriffe zählen und gewichten.

04

Lücke erkennen

Was decken alle ab, was fehlt überall? Dort liegt die Chance, besser zu sein als Platz 1.

05

In deiner Stimme schreiben

Auf Basis der Analyse und deiner Tonalität, gelernt aus deinem Material (Seite 9).

06

Prüfen und veröffentlichen

Erst ein Prüf-Agent, dann ein Mensch. Danach online, verlinkt und messbar in Rankings.

Zwischen diesen Schritten passiert noch einiges mehr. Für das Verständnis reicht diese Sicht.

10

bestplatzierte Seiten analysieren wir für jeden einzelnen Suchbegriff.

2

Prüfstufen für jede Seite: erst ein Prüf-Agent, dann ein Mensch.

5

neue Seiten pro Tag sind möglich, ohne dass dein Team Aufgaben dafür anlegt.

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

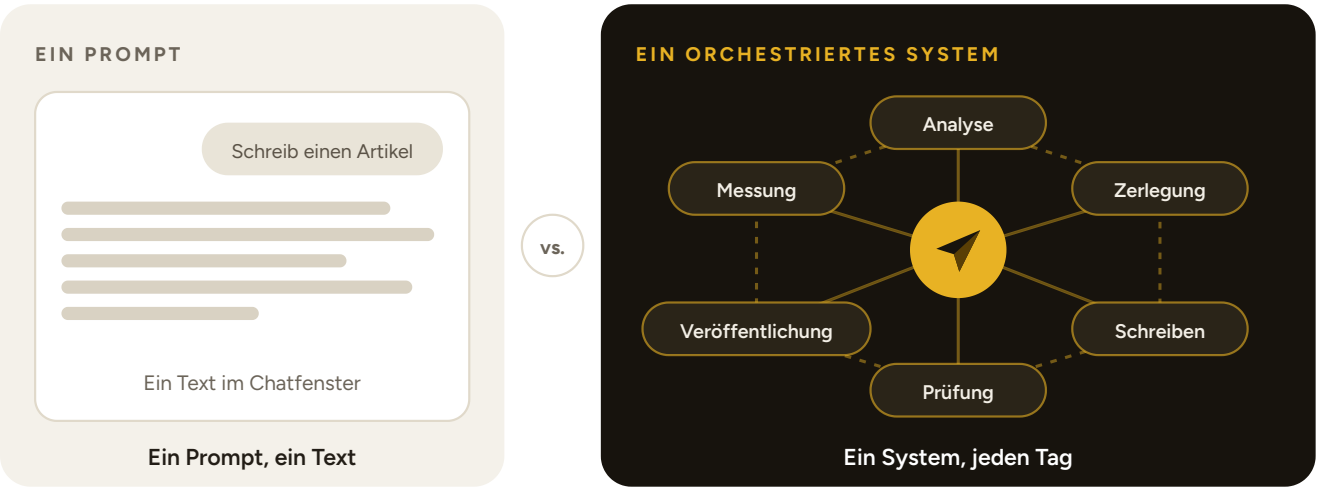
Deine Seiten stehen dort, wo Kunden mit konkreter Absicht suchen. Das ist der Unterschied zwischen Besuchern, die sich umschauen, und Anfragen, die bei deinem Vertrieb ankommen.

DIE NAHELIEGENDE FRAGE

Warum nicht einfach ChatGPT?

Die Werkzeuge kann jeder nutzen. Der Unterschied ist das System dahinter.

ChatGPT, Perplexity, Claude oder Copilot schreiben in Sekunden einen ordentlichen Artikel. Aber ein einzelner Text erzeugt noch keine Sichtbarkeit. Ein KI-Werkzeug analysiert nicht von sich aus die aktuellen Top-10-Seiten zu deinem Suchbegriff, kennt deine Tonalität nicht, prüft nicht gegen, veröffentlicht nichts und misst nicht, was danach passiert. Genau das haben wir gebaut: spezialisierte Agenten, die jeweils einen Schritt beherrschen, eine Orchestrierung, die sie zusammenarbeiten lässt, und die Erfahrung, welche Inhalte im Microsoft-Umfeld ranken.



	EIN PROMPT IN CHATGPT & CO.	DAS SYSTEM VON MARKETINGPILOTEN
Grundlage	Allgemeines Wissen des Modells	Die aktuellen Top-10-Seiten zu deinem Suchbegriff, für jede Seite neu analysiert
Arbeitsweise	Ein Text pro Anfrage	Spezialisierte Agenten, die zusammenarbeiten
Deine Stimme	Muss jedes Mal neu erklärt werden	Einmal aus deinem Material gelernt, gilt für jede Seite
Qualität	Ungeprüft	Zwei Prüfstufen, am Ende ein Mensch
Ergebnis	Ein Text im Chatfenster	Veröffentlichte, verlinkte und gemessene Seiten
Aufwand im Team	Prompten, prüfen, einstellen	Nur Themen und Tonalität vorgeben

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

Natürlich kannst du das System selbst aufbauen. Rechne dann mit Monaten für Aufbau, Tests und Feinschliff und mit einer Person, die es dauerhaft betreibt. Die Frage ist nicht, ob es geht, sondern ob es das Beste ist, was dein Team mit dieser Zeit tun kann.

TONALITÄT UND QUALITÄT

Deine Stimme statt KI-Einheitsbrei.

Der Unterschied liegt im Material, nicht im Werkzeug.

Die größte Sorge, die wir von Geschäftsführern hören: „Das klingt dann doch nach KI und nicht nach uns." Berechtigt, wenn eine KI nur mit einer kurzen Anweisung arbeitet. Dann schreibt sie, was überall steht.

Wir lernen deine Sprache aus dem, was es bei dir längst gibt: Webinare, Präsentationen, Gesprächsmitschnitte, Angebote, Fachvorträge. Daraus entsteht ein Profil mit deinen Begriffen, Beispielen und deiner Art, Dinge zu erklären. Zusätzliche Interviews brauchen wir nicht.



TYPISCHER KI-TEXT

„Microsoft Copilot bietet Unternehmen zahlreiche Möglichkeiten, ihre Produktivität zu steigern. Eine erfolgreiche Einführung erfordert jedoch eine sorgfältige Planung."

IN DER STIMME EINES MICROSOFT-PARTNERS

„Die meisten Copilot-Projekte scheitern nicht an der Technik, sondern an den Berechtigungen. Bevor wir Copilot freischalten, schauen wir uns deshalb an, wer heute auf welche SharePoint-Seiten zugreifen kann."

Fünf Vorurteile über KI-Content im Faktencheck

× „Google straft KI-Texte ab."
✓ Google bewertet, ob ein Inhalt hilfreich ist, nicht wie er entstanden ist. Problematisch sind massenhaft Seiten ohne Mehrwert (Google Search Central, 2026). Deshalb basiert jede Seite bei uns auf Analyse und menschlicher Prüfung.

× „Das klingt nicht nach uns."
✓ Stimmt, wenn die KI nichts über dich weiß. Mit deinem Material als Grundlage klingt der Text nach dir.

× „Das ist fachlich oberflächlich."
✓ Ein Text aus Allgemeinwissen ist es. Unsere Texte entstehen aus der Analyse der besten Seiten und aus deinem Fachwissen. Ein Mensch liest gegen.

× „Können wir selbst mit ChatGPT."
✓ Einzelne Texte, ja. Sichtbarkeit entsteht durch ein System, das jeden Tag läuft (Seite 8).

× „Das merkt doch jeder."
✓ Man merkt schlechte Texte, egal ob von Mensch oder Maschine. Gute Texte erkennt man daran, dass sie die Frage des Lesers beantworten.

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

Dein Fachwissen wird zum Vertriebsargument, ohne dass deine Experten dafür schreiben müssen. Die Inhalte bauen Vertrauen auf, weil sie nach dem Unternehmen klingen, mit dem der Kunde später spricht.

Google Search Central (2026) Google Search's guidance on using generative AI content on your website. Vollständige Quellen auf der Rückseite.

MARKETINGPILOTEN AUTOPILOT

Dein Content-Team, ohne eine Stelle zu besetzen.

Ein System, das sich nach wenigen gewonnenen Projekten trägt.

MarketingPiloten übernimmt den kompletten Prozess aus diesem Leitfaden, in vier Schichten:

1
Recherche
Welche Begriffe deine Kunden suchen und was Google dazu erwartet.

2
Produktion
Bis zu 5 neue Seiten pro Tag, in deiner Stimme, zweifach geprüft.

3
Sichtbarkeit
Technisches SEO, Optimierung für die KI-Suche, interne Verlinkung.

4
Messen
Monatlicher Report zu Sichtbarkeit, Rankings, KI-Nennungen und Anfragen.

Dein Team gibt Themen und Tonalität vor und bearbeitet die Anfragen. Alles andere läuft ohne euch. Das Paket Autopilot startet **ab 6.000 € im Monat**, ist monatlich kündbar, und alle Seiten bleiben dir.

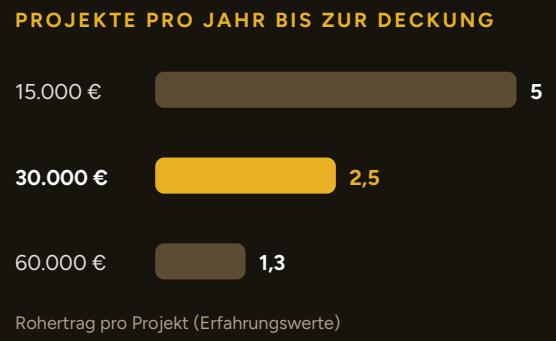
Ab wann rechnet sich das?

Die wichtigste Frage für dich als Geschäftsführer. Ein Beispiel mit typischen Erfahrungswerten aus IT-Projekten im Microsoft-Umfeld:

Kosten im ersten Jahr: 12 × 6.000 € plus 3.500 € Einrichtung

75.500 € ÷ Rohertrag pro Projekt

= Anzahl gewonnener Projekte pro Jahr, ab der sich der Autopilot trägt



Bei einem typischen Projekt mit 30.000 € Rohertrag hat sich der Autopilot nach zweieinhalb gewonnenen Projekten im Jahr bezahlt gemacht. Rechnest du mit Folgegeschäft, Lizenzen und Managed Services, liegt die Schwelle deutlich niedriger. Und die Seiten arbeiten nach dem ersten Jahr weiter, ohne dass neue Kosten für sie anfallen.

WAS HEISST DAS FÜR DEIN GESCHÄFT?

Du ersetzt keine Stelle durch eine Software. Du entscheidest, ob dein Budget in eine einzelne Person fließt oder in ein System, das jeden Tag Seiten aufbaut, die dir gehören.

Rechenbeispiel auf Basis typischer Erfahrungswerte. Preise zzgl. USt.

DEIN NÄCHSTER SCHRITT

30 Minuten.
Kein Pitch, kein Angebot ohne dein OK.

Wenn du nach diesem Leitfaden wissen willst, wo dein Unternehmen steht, schauen wir es uns gemeinsam an.

Selbst-Check
Wir gehen deine acht Antworten durch und ordnen sie ein.

Live-Prüfung
Wie sichtbar bist du bei Google und in ChatGPT zu zwei deiner wichtigsten Lösungen?

Ehrliche Einschätzung
Ob unser System für dich passt oder nicht. Kostenlos und remote.

Nur Sichtbarkeit.
Bei Google
und in der KI-Suche.

Kein Branding-Workshop. Keine Ads. Kein Social-Media-Betreuer. Ausschließlich Content, der gefunden wird und Anfragen bringt.

Erstgespräch vereinbaren

Dennis Hoffstädte, Gründer MarketingPiloten
www.marketingpiloten.de/#kontakt



> Was uns überzeugt hat: Die Texte klingen nach uns und nicht nach KI. Wir geben nur noch Themen und Tonalität vor, den Rest übernimmt das System.
>
> **Alexander Eggers**, Gründer, NextSkills GmbH

Gefunden werden statt hinterhertelefonieren.

MarketingPiloten

Quellen

6sense (2024) *2024 Buyer Experience Report*. Zitiert nach: Lindenau, K. (2024) '80% of B2B buyers initiate first contact, once they're 70% through their buying journey', *Demand Gen Report*, 10. Oktober. Verfügbar unter: demandgenreport.com (Zugriff: 22.10.2026).

Forrester (2026) Buten, J. 'B2B buyers make zero-click buying number one', *Forrester Blogs*, 22. Januar. Verfügbar unter: forrester.com (Zugriff: 22.10.2026).

Google Search Central (2026) *Google Search's guidance on using generative AI content on your website*. Stand: 1. Oktober 2026. Verfügbar unter: developers.google.com (Zugriff: 22.10.2026).

Sichtbar werden.
Jeden Tag.

Erstgespräch vereinbaren: **www.marketingpiloten.de/#kontakt**

MarketingPiloten GmbH
Feldstrasse 27b
44141 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 58 44 99-00
E-Mail: hallo@marketingpiloten.de

Impressum
Geschäftsführer: Dennis Hoffstädte, Christian Groß
Handelsregister: Amtsgericht Dortmund
Verantwortlich für den Inhalt: MarketingPiloten GmbH

© 2026 MarketingPiloten GmbH