

Mein Prompt-Protokoll zur Messung des Brand Mention Index – Systematische KI-Sichtbarkeit messen mit reproduzierbaren Prompts

Mein Prompt-Protokoll zur Messung des Brand Mention Index

mehrklicks.de

Das Portal für KI-Visibility, Entitäten-Architektur & Markenrelevanz in der KI-Ära.

Dein systematisches Prompt-Protokoll zur Messung der Markenpräsenz in KI-Chatbots

Für wen ist dieses Protokoll?

Für Marketer, Analysten und Unternehmer, die eine reproduzierbare Methode suchen, um die Sichtbarkeit ihrer Marke in KI-Chatbots wie ChatGPT, Gemini und Perplexity zu messen – und diese Daten als Entscheidungsgrundlage nutzen wollen.

Welches Problem löst es?

Dein klassisches SEO-Dashboard zeigt dir nur die halbe Wahrheit. Laut einer Studie von BrightEdge (2026) erscheinen nur 17 % der URLs, die in AI Overviews zitiert werden, auch auf der ersten Seite der organischen Suchergebnisse. Dieses Protokoll ersetzt zufällige, unstrukturierte Tests durch einen systematischen Prozess. So erhältst du vergleichbare Daten über die Zeit und kannst die Entwicklung deiner Markenpräsenz objektiv bewerten.

Wie benutzt du es?

Führe die unten stehenden Prompt-Kategorien monatlich für deine Marke und ein bis zwei Wettbewerber auf den für dich relevanten KI-Modellen durch. Notiere die Ergebnisse in den Feldern. So baust du dir eine belastbare Zeitreihe auf.

Das Ergebnis:

Du erhältst eine quantitative Grundlage, um deinen Brand Mention Index (eine Kennzahl, die zusammenfasst, wie oft, wie prominent und in welchem Tonfall deine Marke von KI-Systemen genannt wird) zu berechnen und die narrative Positionierung deiner Marke zu verstehen.

Verbindung zum Kernthema: Dieses Protokoll ist ein Baustein des AI Visibility Scorecard-Frameworks – dem offenen, werkzeuginabhängigen System zur Messung und Steuerung deiner Markenpräsenz in der KI-Ära.

Quick Check: Die 3 Regeln für konsistente Prompts

Bevor du startest, stelle sicher, dass jeder Test vergleichbar ist. Ohne diese Disziplin sind deine Ergebnisse nicht belastbar.

- ☐ **Immer im neuen Chat starten:** Nutze für jeden Prompt eine neue, leere Konversation, um den Kontext der vorherigen Fragen zu löschen. KI-Modelle passen ihre Antworten an den Gesprächsverlauf an – das verfälscht deine Messung.
- ☐ **Identische Persona/Rolle definieren:** Beginne Prompts, wenn nötig, mit einer klaren Anweisung, z. B. „Du bist ein Experte für [Thema] in Deutschland...“ So stellst du sicher, dass das Modell aus einer konsistenten Perspektive antwortet.
- ☐ **Exakt denselben Wortlaut verwenden:** Kopiere die Prompts jedes Mal wortgleich aus diesem Dokument. Selbst kleine Umformulierungen können die Antwort verändern.

Wichtige Einschränkung: KI-Modelle sind nicht deterministisch (sie erzeugen nicht bei jeder Anfrage exakt die gleiche Antwort, selbst bei identischem Prompt). Deine Ergebnisse sind daher Näherungswerte, keine exakten Messungen. Je mehr Durchläufe du pro Monat machst (empfohlen: mindestens zwei bis drei Durchläufe pro Prompt-Kategorie), desto verlässlicher wird dein Durchschnitt.

Teil 1: Kaufberatungs-Prompts (Hohe kommerzielle Relevanz)

Diese Prompts simulieren einen Nutzer kurz vor einer Kaufentscheidung. Laut einer Studie von Am I Cited (2026) nennt ChatGPT in 99,3 % seiner E-Commerce-Antworten Markennamen, während Google AI Overviews dies nur in 6,2 % der Fälle tun. Das zeigt: Auf bestimmten Plattformen ist eine Nennung hier besonders wertvoll – aber du musst plattformspezifisch messen.

Prompt-Vorlage:

„Ich suche [Produkt/Dienstleistung] für [Anwendungsfall]. Welche Anbieter in Deutschland kannst du empfehlen und warum?“

Dein personalisierter Test-Prompt (hier eintragen):

Ergebnis-Tabelle: Kaufberatung

Feld	Durchlauf 1	Durchlauf 2	Durchlauf 3
Datum	_____	_____	_____
KI-Modell (z. B. ChatGPT-4o, Gemini 2.5, Perplexity)	_____	_____	_____
Wurde meine Marke genannt?	☐ Ja ☐ Nein	☐ Ja ☐ Nein	☐ Ja ☐ Nein
Kontext-Score (1–5)	_____	_____	_____
Sentiment-Score (1–5)	_____	_____	_____
Wichtige Zitate / Begründung der KI	_____	_____	_____

Scoring-Legende:

Score	Kontext-Score (wie wurdest du genannt?)	Sentiment-Score (wie war der Tonfall?)
1	Negativ erwähnt (Warnung, Abraten)	Klar negativ
2	Erwähnt, aber mit Einschränkungen	Eher negativ / kritisch
3	Teil einer längeren Liste ohne Hervorhebung	Neutral, sachlich
4	Unter den Top-3-Empfehlungen	Positiv, mit Lob
5	Top-Empfehlung mit ausführlicher Begründung	Klar positiv, begeistert

Ergebnis für Wettbewerber A (Name: _____):

Feld	Durchlauf 1	Durchlauf 2
Wurde die Marke genannt?	☐ Ja ☐ Nein	☐ Ja ☐ Nein
Kontext-Score (1–5)	_____	_____
Sentiment-Score (1–5)	_____	_____

Teil 2: Vergleichs-Prompts (Direkter Wettbewerb)

Hier wird die Positionierung deiner Marke im direkten Vergleich zum Wettbewerb sichtbar. Diese Prompt-Kategorie ist besonders aufschlussreich, weil KI-Modelle hier gezwungen sind, Stärken und Schwächen gegeneinander abzuwägen.

Prompt-Vorlage:

„Was sind die Vor- und Nachteile von [Meine Marke] im Vergleich zu [Wettbewerber A] für [spezifischer Kundentyp]?“

Dein personalisierter Test-Prompt (hier eintragen):

Ergebnis-Tabelle: Vergleich

Feld	Durchlauf 1	Durchlauf 2	Durchlauf 3
Datum			
KI-Modell			
Kontext-Score (1–5)			
Sentiment-Score (1–5)			

Genannte Stärken meiner Marke:

Genannte Schwächen meiner Marke:

Genannte Stärken des Wettbewerbers:

Entscheidungshilfe: Wenn dein Kontext-Score hier konstant unter 3 liegt, während dein Wettbewerber 4 oder 5 erreicht, deutet das darauf hin, dass das KI-Modell dessen Narrativ (die Erzählung, die das Modell aus seinen Trainingsdaten über eine Marke konstruiert) besser versteht. Die Ursache liegt oft in der Struktur und Qualität der Inhalte, die über deine Marke im Web verfügbar sind – nicht nur in deren Menge.

Teil 3: Problemlösungs-Prompts (Top-of-Funnel Relevanz)

Diese Prompts zeigen, ob deine Marke als Lösungsanbieter für die Probleme deiner Zielgruppe wahrgenommen wird. Hier geht es nicht um den Markennamen, sondern um Themenrelevanz.

Prompt-Vorlage:

„Ich habe das Problem [spezifisches Problem der Zielgruppe]. Welche Lösungsansätze, Tools oder Anbieter gibt es dafür?“

Dein personalisierter Test-Prompt (hier eintragen):

Ergebnis-Tabelle: Problemlösung

Feld	Durchlauf 1	Durchlauf 2	Durchlauf 3
Datum			
KI-Modell			
Wurde meine Marke als Lösung genannt?	☐ Ja ☐ Nein	☐ Ja ☐ Nein	☐ Ja ☐ Nein
Kontext-Score (1–5)			
Sentiment-Score (1–5)			

In welchem Zusammenhang wurde die Lösung präsentiert?

Teil 4: Auswertung – Dein Brand Mention Index berechnen

Übertrage alle Scores in diese Zusammenfassungstabelle und berechne deinen monatlichen Brand Mention Index.

Monatliche Zusammenfassung

Monat: _____	Kaufberatung	Vergleich	Problemlösung
Ø Kontext-Score (Durchschnitt aller Durchläufe)	_____	_____	_____
Ø Sentiment-Score (Durchschnitt aller Durchläufe)	_____	_____	_____
Nennungsrate (Anteil der Durchläufe mit Nennung, in %)	_____ %	—	_____ %

Formel für den Brand Mention Index (vereinfacht)

Brand Mention Index = (Ø Kontext-Score + Ø Sentiment-Score) / 2 × Nennungsrate

Beispiel: Wenn dein durchschnittlicher Kontext-Score 3,5 ist, dein Sentiment-Score 4,0 und deine Nennungsrate 0,67 (67 %), dann ergibt sich:

$(3,5 + 4,0) / 2 \times 0,67 = 2,51$ (auf einer Skala von 0 bis 5)

Was diese Formel nicht berücksichtigt: Dies ist ein vereinfachter Index. Er gewichtet alle drei Prompt-Kategorien gleich, obwohl Kaufberatungs-Prompts für den Umsatz meist relevanter sind als Top-of-Funnel-Prompts. Er berücksichtigt außerdem nicht die Unterschiede zwischen KI-Plattformen. Für eine differenziertere Analyse kannst du die Kategorien einzeln gewichten (typischer Ansatz: Kaufberatung 50 %, Vergleich 30 %, Problemlösung 20 %) und pro Plattform einen eigenen Index berechnen. Wie stark die Gewichtung das Ergebnis verändert, hängt von deiner individuellen Datenlage ab – Abweichungen von 0,5 bis 1,0 Punkten auf der 5er-Skala sind dabei üblich.

Bewertungsrahmen (Richtwerte, keine absoluten Schwellen)

Brand Mention Index	Einschätzung
0 – 1,0	Kaum KI-Sichtbarkeit. Dringender Handlungsbedarf.

Brand Mention Index	Einschätzung
1,1 – 2,5	Erste Präsenz vorhanden, aber inkonsistent. Optimierungspotenzial.
2,6 – 3,5	Solide Sichtbarkeit. Fokus auf Konsistenz und Sentiment-Verbesserung.
3,6 – 5,0	Starke KI-Markenpräsenz. Monitoring fortsetzen, Wettbewerber beobachten.

Hinweis: Da es für den Brand Mention Index noch keine branchenübergreifenden Benchmarks gibt, dienen diese Richtwerte als Orientierung. Dein wichtigster Vergleichspunkt ist dein eigener Score über die Zeit und der Score deiner direkten Wettbewerber.

Real-Life-Szenario: Was die meisten unterschätzen

Typischer Fehler: Ein Marketingteam testet nur den Prompt „Was weißt du über [Markenname]?“ – und freut sich, wenn eine Zusammenfassung erscheint. Doch das beweist nur, dass die Marke im Trainingsdatensatz existiert, nicht dass sie als relevant für Kundenprobleme gilt.

Was stattdessen passiert: Wenn du die problemorientierten Prompts aus Teil 3 durchführst, entdeckst du oft, dass dein Wettbewerber genannt wird, du aber nicht – obwohl du das gleiche Problem löst. Die wertvollsten Insights kommen von unvoreingenommenen, generischen Fragen.

Die Lektion: Wenn deine Marke nur auftaucht, wenn man explizit danach fragt, hast du keine echte KI-Sichtbarkeit. Du hast lediglich einen Eintrag im Wissensgraphen (Knowledge Graph – die interne Wissensstruktur eines KI-Modells) des Modells. Ziel ist es, als Antwort auf die Probleme deiner Kunden genannt zu werden, ohne dass dein Name im Prompt steht.

Entscheidungsbaum: Was tun mit deinen Ergebnissen?

- **Wenn Nennungsrate < 30 %:** Deine Marke ist für das KI-Modell im relevanten Kontext nahezu unsichtbar. Priorität: Grundlegende Inhalte und strukturierte Daten verbessern.
- **Wenn Nennungsrate > 50 %, aber Kontext-Score < 3:** Du wirst genannt, aber nicht empfohlen. Priorität: Die Narrative rund um deine Marke überprüfen – welche Inhalte formen das Bild, das die KI von dir hat?
- **Wenn Sentiment-Score deines Wettbewerbers > 1 Punkt über deinem:** Der Wettbewerber hat ein stärkeres Markennarrativ in den Trainingsdaten der KI. Priorität: Analyse der Inhalte, die der Wettbewerber besser strukturiert bereitstellt.

Warum das für deine KI-Sichtbarkeit entscheidend ist

Laut einer Studie von Otterly.AI (2025) werden nur etwa 12 % der deutschen Top-500-Marken in KI-generierten Antworten regelmäßig zitiert. Gleichzeitig zeigen Daten von Am I Cited, dass die Korrelation zwischen klassischen Backlink-Profilen (die Gesamtheit der eingehenden Links auf deine Website, ein zentraler Faktor in der traditionellen Suchmaschinenoptimierung) und KI-Sichtbarkeit lediglich bei 0,37 liegt. Das bedeutet: Dein bisheriges SEO-Ranking sagt wenig darüber aus, ob und wie KI-Systeme deine Marke

nennen. Dieses Prompt-Protokoll ist der erste Schritt, um diese neue Realität mit eigenen Daten zu erfassen – und damit die Grundlage für jede gezielte Optimierung.

Zusammenfassung und dein nächster Schritt

Du hast jetzt ein reproduzierbares System, um die narrative Präsenz deiner Marke in KI-Modellen zu messen. Du weißt, welche Prompt-Typen du nutzen musst, wie du die Ergebnisse bewertest und wie du deinen Brand Mention Index berechnest.

Speichere oder drucke dieses Dokument aus. Es ist die Grundlage für dein monatliches Monitoring. Trage den ersten Messtermin in deinen Kalender ein.

Dein nächster Schritt online:

Erfahre, wie du aus diesem Brand Mention Index ein vollständiges AI Visibility Scorecard aufbaust – inklusive Source Authority Score und Dashboard-Vorlage.

→ [Zum vollständigen AI Visibility Scorecard-Framework auf mehrclicks.de]

Dein nächster Schritt in der Praxis:

Wenn du bei der Interpretation deiner Ergebnisse Unterstützung brauchst oder deine KI-Sichtbarkeitsstrategie professionell aufsetzen lassen möchtest, ziehe einen spezialisierten Berater für Generative Engine Optimization (GEO) oder Entitäten-Architektur hinzu.

mehrklicks.de

Portal für KI-Visibility, Entitäten-Architektur & Markenrelevanz in der KI-Ära.
Themen: Entitäten, Marken, Technologien – skalierbar, modular, strukturiert.
Technische Grundlage: Schema-Markup, Author Graph, Entity Linking.

JvGLabs

AI visibility architecture.

Protokoll jetzt herunterladen