

# Meine KI-Sichtbarkeits-Scorecard: Der 15-Minuten-Check für deine Marke

mehrclicks.de

Das Portal für KI-Sichtbarkeit und AI-optimierte Markenpräsenz im deutschsprachigen Raum.

## Einleitung

**Für wen:** Unternehmer, Marketer und Agenturen, die erkannt haben, dass klassische SEO-Metriken (Rankings, Traffic, Klickzahlen) in der KI-Ära nicht mehr ausreichen, um echte Sichtbarkeit zu messen.

**Welches Problem löst diese Scorecard:** Sie gibt dir ein strukturiertes Bewertungssystem, um die tatsächliche Präsenz deiner Marke in KI-Systemen wie ChatGPT, Perplexity oder Google SGE zu messen – nicht nach alten Regeln, sondern nach den Signalen, die Maschinen heute auswerten.

**So nutzt du sie:** Gehe die drei Bewertungsblöcke durch. Vergib für jeden Punkt ehrlich 0, 1 oder 2 Punkte. Zähle am Ende zusammen. Das Ergebnis zeigt dir, wo dein größter Hebel liegt.

**Das Ergebnis:** Eine ehrliche Baseline deiner aktuellen KI-Sichtbarkeit und eine konkrete Prioritätenliste für die nächsten Schritte.

**Verbindung zum Kern:** KI-Sichtbarkeit ist die neue Währung digitaler Markenpräsenz. Wer von Maschinen nicht erkannt, nicht vertraut und nicht zitiert wird, verliert den Zugang zu einem wachsenden Anteil der Nutzeranfragen – unabhängig davon, wie gut die Website für Menschen aussieht.

## Quick Check: Die 3 häufigsten Messfehler

Bevor du mit der Scorecard startest, prüfe, ob du in eine dieser Fallen tappst:

### Fehler 1: Traffic als Erfolgsmetrik

**Was passiert:** KI-Antworten liefern dem Nutzer die Information direkt – ohne Klick auf deine Seite. Dein Traffic sinkt, aber dein Einfluss als zitierte Quelle kann gleichzeitig steigen.

**Besser messen:** Wie oft wirst du in KI-generierten Antworten als Quelle genannt? Prüfe das mit konkreten Testabfragen.

- Ich habe in den letzten 30 Tagen mindestens 5 typische Kundenfragen bei einem KI-System eingegeben und geprüft, ob meine Marke zitiert wird.

### Fehler 2: Strukturierte Daten ignorieren

**Was passiert:** Deine Website sieht für Menschen gut aus, aber für Maschinen ist sie ein unstrukturiertes Textdokument. Ohne Schema Markup (maschinenlesbare Auszeichnung deiner Inhalte nach dem schema.org-Standard) kann die KI deine Identität nicht sicher erkennen.

**Besser messen:** Validiere dein Schema Markup mit dem Google Rich Results Test oder dem Schema Markup Validator.

- Ich habe innerhalb der letzten 3 Monate geprüft, ob mein Schema Markup fehlerfrei ist.

### Fehler 3: Alle Backlinks gleich behandeln

**Was passiert:** Du zählst die Anzahl der Links. KI-Systeme bewerten jedoch nicht die Menge, sondern die thematische Autorität der verlinkenden Quelle. Ein Zitat in einem anerkannten Fachmagazin wiegt für die maschinelle Vertrauensbewertung erheblich mehr als eine Vielzahl unspezifischer Blog-Links.

**Besser messen:** Wie viele deiner eingehenden Verweise stammen von thematisch relevanten Autoritätsquellen?

- Ich kann mindestens 3 themenrelevante Autoritätsquellen benennen, die in den letzten 12 Monaten auf meine Inhalte verwiesen haben.

## Block 1: Maschinenlesbare Identität (Entity Score)

*Ist deine Marke ein klares, eindeutiges Konzept für eine Maschine – oder nur ein Name unter vielen?*

Bewerte jeden Punkt:

- 0 = nicht vorhanden
- 1 = vorhanden, aber unvollständig oder veraltet
- 2 = vollständig und optimiert umgesetzt

Nr.	Kriterium	Erläuterung	Bewertung
1.1	<b>Google Knowledge Panel</b> (die Infobox rechts in der Google-Suche, die Fakten zu einer Entität zusammenfasst)	Erscheint ein Knowledge Panel, wenn jemand direkt nach deiner Marke sucht?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
1.2	<b>Wikidata-Eintrag</b> (der strukturierte Datensatz auf wikidata.org, aus dem viele KI-Systeme Faktenwissen beziehen)	Existiert ein detaillierter Eintrag für dein Unternehmen, der mit anderen relevanten Entitäten verknüpft ist?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
1.3	<b>Schema Markup `Organization`</b> (maschinenlesbare Kennzeichnung auf deiner Website nach dem schema.org-Standard)	Nutzt deine Website valides `Organization`-Schema mit Logo, Gründungsdatum, Gründer (`founder`), Adresse und `sameAs`-Verknüpfungen?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
1.4	<b>Konsistente Unternehmensdaten (NAP)</b> (Name, Address, Phone – die drei Basisdaten, die überall identisch sein müssen)	Sind diese Daten auf deiner Website, in Google Business Profile und in allen relevanten Verzeichnissen buchstabengenau identisch?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2

Nr.	Kriterium	Erläuterung	Bewertung
1.5	Google Business Profile (dein kostenloses Unternehmensprofil bei Google mit Öffnungszeiten, Bewertungen, Beiträgen)	Ist es vollständig ausgefüllt, inklusive aller Dienstleistungen, Produkte und aktueller Beiträge?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2

**Dein Entity Score: \_\_\_\_\_ / 10**

**Was dir dieses Ergebnis sagt:** Je niedriger dein Score hier, desto schwerer fällt es Maschinen, die vorhandenen Informationen über dich eindeutig deiner Marke zuzuordnen. Ohne klare maschinelle Identität verpuffen alle anderen Maßnahmen.

## Block 2: Verifizierte Autorität (Trust Score)

Warum sollte eine Maschine ausgerechnet dir vertrauen – und nicht einem Wettbewerber?

Bewerte jeden Punkt:

- 0 = nicht vorhanden
- 1 = ansatzweise vorhanden
- 2 = stark ausgeprägt und nachweisbar

Nr.	Kriterium	Erläuterung	Bewertung
2.1	<b>Zitate in Fachmedien</b>	Wurde deine Marke oder wurden deine Experten in den letzten 12 Monaten in führenden, themenrelevanten Fachmedien zitiert oder interviewt?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
2.2	<b>Eigene Daten oder Studien</b>	Hast du einzigartige Daten, Umfragen oder Studien publiziert, die als primäre Quelle (Erstveröffentlichung, die andere zitieren) dienen können?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
2.3	<b>Autoren-Expertise (E-E-A-T)</b> (Googles Bewertungsrahmen: Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness)	Haben die Autoren deiner Inhalte eigene Profile mit `sameAs`-Verknüpfungen (maschinenlesbare Verbindungen zu ihren Profilen auf LinkedIn, Fachportalen etc.)?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2

Nr.	Kriterium	Erläuterung	Bewertung
2.4	<b>Auszeichnungen und Zertifikate</b>	Werden relevante Branchen-Auszeichnungen oder Zertifizierungen auf deiner Website kommuniziert und via Schema Markup maschinenlesbar gemacht?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
2.5	<b>Positive Bewertungen</b>	Verfügst du über eine relevante Anzahl an authentischen Bewertungen auf den Plattformen, die in deiner Branche zählen?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2

**Dein Trust Score: \_\_\_\_\_ / 10**

**Was dir dieses Ergebnis sagt:** Maschinen prüfen nicht nur, ob sie dich erkennen, sondern ob nachprüfbar Dritte deine Kompetenz bestätigen. Ohne externe Vertrauenssignale wirst du erkannt, aber nicht empfohlen.

## Block 3: Kontextuelle Relevanz (Citation Score)

Bist du die beste Antwort auf eine spezifische Frage in deinem Feld – oder nur eine von vielen möglichen Quellen?

Bewerte jeden Punkt:

- 0 = nicht vorhanden / nie
- 1 = ansatzweise / selten
- 2 = stark ausgeprägt / häufig

Nr.	Kriterium	Erläuterung	Bewertung
3.1	<b>Präsenz in KI-Antworten</b>	Führe 5 typische Fragen deiner Zielgruppe bei Perplexity, ChatGPT oder einem vergleichbaren System aus. Wirst du als Quelle zitiert?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
3.2	<b>Sichtbarkeit in Google SGE</b> (Search Generative Experience – Googles KI-generierte Antworten oberhalb der klassischen Suchergebnisse)	Erscheinen deine Inhalte als zitierte Quelle in den generativen Antworten für deine Kernthemen?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
3.3	<b>Content-Tiefe</b>	Gehen deine wichtigsten Inhalte nachweislich tiefer und beantworten mehr Folgefragen als die der stärksten Wettbewerber in deinem Themenfeld?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2

Nr.	Kriterium	Erläuterung	Bewertung
3.4	<b>Interne Verlinkungs-Architektur</b> (die Art, wie deine Seiten untereinander verknüpft sind und thematische Cluster bilden)	Unterstützt deine interne Verlinkung klar definierte Themen-Silos und führt die Maschine logisch durch dein Expertenwissen?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
3.5	<b>Unique Value Proposition im Content</b>	Bietet dein Content einen einzigartigen Blickwinkel, ein eigenes Framework, ein proprietäres Tool oder eine Datenbasis, die sonst niemand hat?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2

**Dein Citation Score: \_\_\_\_\_ / 10**

**Was dir dieses Ergebnis sagt:** Selbst wenn Maschinen dich erkennen und dir vertrauen – ohne inhaltliche Tiefe und Einzigartigkeit wirst du nicht zur bevorzugten Quelle, wenn es darauf ankommt.

# Gesamtauswertung und Prioritäten

Addiere deine drei Teilscores:

Block	Score
Entity Score (Block 1)	___ / 10
Trust Score (Block 2)	___ / 10
Citation Score (Block 3)	___ / 10
<b>Gesamtscore</b>	<b>___ / 30</b>

## Deine Priorität nach Ergebnis:

### Gesamtscore unter 10 → Grundlagen-Alarm

Deine Marke ist für Maschinen nahezu unsichtbar. Absolute Priorität: **Block 1 – Maschinenlesbare Identität**. Konzentriere alle Ressourcen darauf, ein sauberes Entitäten-Fundament zu schaffen (Schema Markup implementieren, Wikidata-Eintrag anlegen, NAP-Daten bereinigen).

### Gesamtscore zwischen 11 und 20 → Autoritäts-Lücke

Maschinen wissen, wer du bist, aber nicht, warum sie dir vertrauen sollten. Priorität: **Block 2 – Verifizierte Autorität**. Investiere in externe Vertrauenssignale: eigene Studien publizieren, Fachmedien-Präsenz aufbauen, Autoren-Profile mit maschinenlesbaren Verknüpfungen ausstatten.

### Gesamtscore über 20 → Optimierungs-Phase

Du hast eine solide Basis. Priorität: **Block 3 – Kontextuelle Relevanz**. Analysiere die KI-Antworten in deiner Nische systematisch und schließe gezielt die Content-Lücken, um zur definitiven Quelle in deinem Feld zu werden.

## Ein typisches Szenario

Ein Unternehmen hat einen hohen Trust Score (8/10), weil es regelmäßig in der Fachpresse erwähnt wird. Gleichzeitig liegt der Entity Score bei nur 3/10 – kein Schema Markup, kein Wikidata-Eintrag, inkonsistente NAP-Daten.

**Folge:** Trotz hoher menschlicher Bekanntheit wird das Unternehmen in KI-Antworten ignoriert. Das System kann die positiven Signale nicht eindeutig der richtigen Entität zuordnen. Die Reputation existiert – aber die Maschine kann sie keinem klaren Datenobjekt zuweisen.

**Lösung:** Technisches SEO-Fundament mit Schema Markup und Wikidata legen. Erst wenn die Identität maschinenlesbar ist, wirken die Autoritätssignale.

# Warum KI-Sichtbarkeit jetzt über deine Auffindbarkeit entscheidet

KI-Systeme beantworten einen wachsenden Anteil der Nutzeranfragen direkt – ohne dass der Nutzer eine Website besucht. Wer in diesen Antworten nicht als Quelle auftaucht, verliert Sichtbarkeit an Wettbewerber, die ihre Marke maschinenlesbar, vertrauenswürdig und inhaltlich einzigartig aufgestellt haben. Diese Scorecard zeigt dir, wo du stehst und wo du ansetzen musst, um in dieser neuen Realität nicht unterzugehen.

---

## Abschluss und nächste Schritte

Du hast eine datenbasierte Grundlage für deine KI-Sichtbarkeitsstrategie geschaffen.

**Deine Regel:** Fokussiere dich auf den Block mit der niedrigsten Punktzahl. Das ist dein größter Hebel.

**Wiederhole diesen Check in 3 Monaten.** KI-Sichtbarkeit verändert sich schnell. Was heute bei 1 steht, kann in 90 Tagen bei 2 sein – wenn du gezielt handelst.

---

### Dein nächster Schritt online:

Nutze den kostenlosen KI-Sichtbarkeits-Schnellcheck auf [mehrclicks.de](https://mehrclicks.de), um deine Ergebnisse zu vertiefen und eine personalisierte Handlungsempfehlung zu erhalten.

→ [mehrclicks.de/ki-sichtbarkeits-check](https://mehrclicks.de/ki-sichtbarkeits-check)

### Dein nächster Schritt mit Begleitung:

Wenn dein Score unter 15 liegt oder du Unterstützung bei der Umsetzung brauchst: Ein auf KI-Sichtbarkeit spezialisierter Berater kann dir helfen, die technischen und strategischen Grundlagen in wenigen Wochen aufzubauen, statt Monate im Trial-and-Error zu verlieren.

---

**Speichere oder drucke dieses Dokument.** Es ist deine Roadmap für die kommenden 6 Monate.

**mehrklicks.de**

Das Portal für KI-Sichtbarkeit und AI-optimierte Markenpräsenz im deutschsprachigen Raum.

→ <https://mehrklicks.de/>

---

**JvGLabs**

AI visibility architecture