

Wie stabil ist Ihr Reputationsprofil im KI-Raum?

Drei Minuten. Neun Fragen. Eine ehrliche Standortbestimmung.

Generative Systeme liefern keine Trefferlisten, sondern verdichtete Antworten. Nicht ob Ihr Unternehmen auftaucht, entscheidet - sondern **wie es beschrieben und eingeordnet wird**. Wenn die KI Sie falsch einordnet, findet Ihr Vertrieb bei 30% der Anfragen gar nicht erst statt. Dieser Check zeigt in drei Dimensionen, wo Ihr Reputationsprofil trägt - und wo nicht.

DIMENSION 1: PROFIL-SCHÄRFE

Wofür stehen Sie - eindeutig, stabil und zitierfähig? Sind Sie „Shortlist-fähig“?

	stabil	teilweise	unklar
1. Könnte ein Außenstehender in drei klaren Begriffen sagen, was Ihr Unternehmen im Kern ausmacht?	☐	☐	☐
2. Ziehen sich Ihre Kernthemen wie ein roter Faden durch Ihre Website, Ihre Presseberichte und Ihren LinkedIn-Auftritt?	☐	☐	☐
3. Nutzen Sie stabile, wiederkehrende Begriffe - oder wechseln Narrative regelmäßig? Besitzen wir eine Sprach-Hoheit mit stabilen, wiederkehrenden Begriffen, erfinden wir das Rad im Marketing ständig neu?	☐	☐	☐

DIMENSION 2: UNABHÄNGIGE BELEGE

Wer ordnet Sie ein - unabhängig von Ihrer Eigenkommunikation?

Wer außer Ihnen sagt, dass Sie gut sind?

	stabil	teilweise	unklar
4. Gibt es Fachzeitschriften, Verbände, Studien oder Konferenzen, die unsere Kompetenz schwarz auf weiß bestätigen?	☐	☐	☐
5. Gibt es unabhängige Dritte (Presse, Verbände), die uns als Instanz zitieren, oder tauchen wir nur in austauschbaren Anbieter-Listen auf?	☐	☐	☐
6. Können Sie spontan drei Belege nennen, die nicht von uns selbst stammen, aber unser Profil stützen?	☐	☐	☐

DIMENSION 3: MARKT-ECHO

Wie konsistent erscheint Ihr Bild über verschiedene Kontexte hinweg?

	stabil	teilweise	unklar
7. Tauchen unsere Schwerpunkte an verschiedenen Stellen im Netz immer wieder in derselben Qualität auf?	☐	☐	☐
8. Werden wir in Branchendiskussionen automatisch mit unserem Kernthema in Verbindung gebracht?	☐	☐	☐
9. Findet ein potenzieller Kunde bei einer KI-Suche ein scharfes Profil oder ein verwaschenes Puzzle aus widersprüchlichen Infos?	☐	☐	☐

SCHNELLDIAGNOSE

Überwiegend „**stabil**“: Ihr Reputationsprofil hat Substanz. Prüfen Sie, ob externe Referenzen aktuell und ausreichend breit sind.

Überwiegend „**teilweise**“: Erkennbare Ansätze, aber strukturelle Lücken. Typisch: klare Eigenpositionierung, wenig unabhängige Bestätigung. Wenn die KI sieht, dass nur Sie über sich selbst sprechen, sinkt die Vertrauenswürdigkeit der Antwort drastisch.

Überwiegend „**unklar**“: Hohes Risiko für Zufallsprofile in KI-Antworten. KI-Systeme „erfinden“ im Zweifel eine Einordnung, die oft billiger oder austauschbarer ist als die Realität. Priorität: Kernprofil fixieren, bevor Referenzen aufgebaut werden.

Entscheidend ist nicht die Summe, sondern die Richtung der Abweichung: Wo genau ist das Profil instabil - und warum?

WAS DIESES ERGEBNIS BEDEUTET

Generative Systeme verstärken stabile Muster und reproduzieren sie. Instabile Muster bleiben statistisch schwächer oder werden durch plausible, aber falsche Zuschreibungen ersetzt. Das ist kein Randphänomen. Es betrifft Shortlists im Einkauf, bei Recruiting, Medienwahrnehmung und Vertrauensbildung.

RAI: DIE KLAMMER FÜR SEO UND GEO

Sichtbarkeit findet heute auf zwei Ebenen statt: In klassischen Suchmaschinen (SEO) und in KI-Antwortmaschinen (GEO). RAI (Reputation Architecture in AI) ist mit der Antwort auf die Frage: "Wer verantwortet das Risiko einer falschen KI-Einordnung?" die strategische Leitplanke. SEO und GEO sind in diesem Kontext nur die technischen Stellschrauben der Umsetzung. RAI stellt sicher, dass beide Disziplinen auf dasselbe Ziel einzahlen: Ein stabiles, referenzierbares Außenbild, das Ihre Marktmacht schützt, statt sie dem Zufall zu überlassen.

TYPISCHE SCHIEFLAGEN

Starke Position, schwache Referenz

Klare Website, gute Eigenaussagen, aber kaum unabhängige Einordnung. Ergebnis: Behauptung ohne Validierung. KI-Systeme gewichten Eigenaussagen schwächer.

Hohe Präsenz, unscharfe Themenlinie

Viele Erwähnungen, wechselnde Schwerpunkte. Ergebnis: Sichtbarkeit ohne Profil. Systeme können kein klares Bild verdichten.

Aktive Kommunikation, geringe Wiedererkennbarkeit

Hohe Posting-Frequenz, wechselnde Begriffe und Themen. Ergebnis: Reichweite ohne strukturelle Verdichtung. Kein stabiles Muster entsteht.

Stabile Einordnung - am falschen Schwerpunkt

Extern dominiert ein Thema, das strategisch nicht mehr im Zentrum steht. Ergebnis: Das öffentliche Bild hinkt der Strategie hinterher.

DAS REPUTATIONS Dreieck

Ein stabiles Reputationsprofil braucht alle drei Dimensionen. Fehlt eine, kippt das Bild:

Klarheit ohne Referenz	→	überzeugt nicht (Behauptung)
Referenz ohne Klarheit	→	verwirrt (Zufallszuschreibung)
Wiederholung ohne Linie	→	rauscht (kein Profil)

Nicht das einzelne Content-Stück entscheidet, sondern das Gesamtbild. Und dieses Gesamtbild entsteht nicht zufällig, wenn jemand es verantwortet.

Unternehmen stecken derzeit viel Zeit und Energie in KI-Anwendungen und KI-Tools. Doch ein entscheidendes Risiko wird oft übersehen: Der Identitäts-Drift. Ein Unternehmen, das seine KI-Prozesse weiterentwickelt, aber sein öffentliches Bild dem Zufall überlässt, handelt strategisch fahrlässig. RAI (Reputation Architecture in AI) schließt diese Lücke. Wir wenden die Prinzipien der Verantwortlichkeit und Nachvollziehbarkeit auf Ihre Marktwahrnehmung an. Das Ergebnis ist eine Reputation, die so belastbar ist wie ein auditiertes Managementsystem.

NÄCHSTER SCHRITT

Wenn dieser Check Unschärfen oder Lücken sichtbar macht, lohnt sich eine kurze Standortklärung mit drei konkreten Outputs:

1. Kernprofil: drei Begriffe + drei Abgrenzungen
2. Referenzbild: Top-10 Referenzorte + Lücken-Liste
3. Priorisierung: Dreieck-Bewertung + drei Maßnahmen mit Verantwortlichkeit

RAI-Workshop „Blueprint“ (KI-Basiswissen bei den Teilnehmern vorhanden)

1 Tag · Geschäftsführung + Marketing/PR · Vor Ort

Ergebnis: ausgefülltes Reputationsprofil, Referenzplan, zitierfähige Bausteine, 30-Tage-Plan

Klaus Roessler · Roessler ProResult · Frankfurt am Main

High Value Marketing & PR · ISO 42001 Lead Auditor AI Management Systeme
roesslerpr.de