

WEBINAR · FOLGE 1 VON 4

KI-Sichtbarkeit.

Sichtbar sein, wo es wirklich zählt — eine Strategie für ChatGPT, Gemini & Perplexity.

Sebastian Prohaska

CEO & Founder · ithelps digital

Wien · Innsbruck · Berlin · München | 14+ Jahre SEO · GEO · AI Visibility

ONLINE-WEBINAR

16:00 – 17:30

90 Minuten

WER STEHT HEUTE VOR IHNEN?

Sebastian Prohaska.

CEO & Founder · ithelps digital — Ihre nächsten 90 Minuten gehören mir.



— ÜBER MICH

- 14+ Jahre Online-Marketing, SEO und GEO
- Spezialisierung: SEO · GEO/LLMO · AI Visibility
- Standorte: Wien · Innsbruck · Berlin · München
- 150+ Kunden im DACH-Raum — vom KMU bis zum Konzern

— WAS SIE HEUTE MITNEHMEN

- Wie sich Suche fundamental verändert hat
- Wie ChatGPT, Gemini & Co. Quellen wirklich auswählen
- Wie Sie die richtigen Themen & Prompts identifizieren
- Welche 5 Hebel den Grundstein für KI-Sichtbarkeit legen
- Mini-Roadmap für Ihre nächsten 30 Tage

AGENDA

So bauen wir die 90 Minuten auf.

4 Blöcke à ~20 Minuten + Q&A · Fragen jederzeit im Chat.

01

Paradigmen- wechsel

Wie sich Suche bis 2026
fundamental verändert hat.

20 Min

02

Wie KI Quellen auswählt

Query Fanout · Quellen-
management · Trust-Signale.

25 Min

03

Themen & Fragen identifizieren

Vom Keyword zum Prompt — was
sucht Ihre Zielgruppe wirklich?

20 Min

04

Grundstein legen

Die 5 Hebel + Mini-Roadmap für
die nächsten 30 Tage.

15 Min

Q&A

Ihre Fragen

Diskussion · Ausblick auf Folge 2, 3
& 4.

10 Min

SPIELREGELN

So holen Sie am meisten heraus.

90 Minuten dichter Stoff — Sie können jederzeit mitgestalten.

1 Fragen jederzeit im Chat

Eine Frage von Ihnen spart uns 5 Folien. Q&A am Ende, aber Chat läuft live mit.

3 Chrome & ChatGPT offen halten

Wir testen live mit Keyword Surfer (Chrome) und ChatGPT — am besten beides parallel zur Hand.

2 Ihre eigene Marke ins Spiel bringen

Wir testen live an Ihren Beispielen. Schreiben Sie Ihren Markennamen oder Ihre Branche in den Chat.

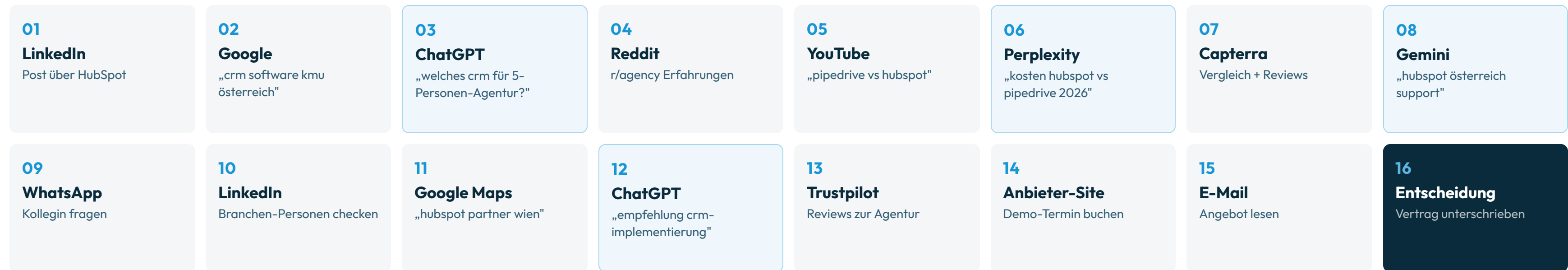
MODUL 01

Paradigmen- wechsel.

Wie sich Suche und Recherche bis 2026 fundamental verändert haben.

Wie recherchieren Menschen heute wirklich?

Eine echte User Journey aus dem Mai 2026 · Maria, 38, Werbeagentur, sucht eine neue CRM-Software.



Linear war gestern. Heute: 15–30 Touchpoints pro Entscheidung — verteilt auf Google, KI-Tools, Social, Foren.

Drei Welten der Suche.

Wer was wann tut — und warum es für Ihre Werbeagentur zählt.

KLASSISCH

Google-Suche

Liste aus 10 blauen Links. Nutzer klickt sich durch.

BEDEUTUNG 2026

Schrumpft, lebt aber weiter

GEO

AI Overview / AI Mode

Google AI Overview, Bing Copilot. KI ergänzt klassische SERP mit synthetisierter Antwort aus Live-Quellen.

BEDEUTUNG 2026

Wächst rasant — Quellen zitiert

LLMO

ChatGPT · Claude Gemini · Perplexity

Nutzer öffnet direkt die Chat-Oberfläche — KI antwortet ohne Treffer-Liste, manchmal mit Live-Web-Zugriff.

BEDEUTUNG 2026

Neuer Hauptkanal für Recherche

MODUL 1 · PARADIGMENWECHSEL

Die Nutzer sind längst dort.

Tägliches AI-Search-Volumen — und der wichtigste Befund für Sie.

2,5 Mrd

ChatGPT-Suchen pro Tag

Stand Mai 2026

46 Mio

Gemini-Queries pro Tag

+340 % YoY

26 Mio

Perplexity-Queries pro Tag

+210 % YoY

DER WICHTIGSTE BEFUND

85 %

der Markenerwähnungen in KI-Antworten kommen **NICHT** von Ihrer eigenen Website.

Sondern von Dritt-Domains: Branchenpresse, Listicles, Reviews, OTS, Wikipedia, YouTube.

Quellen: Otterly.AI State of AI Search Jan 2026 · Statista 2026 · OpenAI Disclosures · Yext 2025

Topaktuell · diese Woche

Google I/O 2026 + brandneue AI-Mode-Nutzungsdaten.

Stand 20. + 25. Mai 2026.

GOOGLE AI MODE · NUTZUNGSDATEN

25.05.2026

1 Mrd

Nutzer / Monat · Suchvolumen pro Quartal verdoppelt

- Anfragen 3× so lang wie klassische Google-Suche
- Folgeanfragen +40 % pro Monat (USA)
- > 1 von 6 Anfragen multimodal — Voice, Bild, Video
- „Welche ...?“-Fragen wachsen am schnellsten
- Planungs-Anfragen +80 % schneller als Durchschnitt
- Bilderstellung in der Suche 3× häufiger seit Jan 2026

GOOGLE I/O 2026

20.05.2026

Kein Bruch — Evolution.

Klassische Suche + Links bleiben erhalten.

- Gemini 3.5 Flash als neues Such-Modell
- Neue intelligente Suchebox (Bild · Datei · Video · Chrome-Tab)
- KI-Suchagenten 24/7 im Hintergrund
- Buchungs-Agenten rufen für Sie an
- Antigravity: interaktive UIs direkt in der Suche
- AI Mode + AI Overviews wachsen zusammen

Was das bedeutet: Wer KI-Sichtbarkeit ignoriert, wird in einem Jahr unsichtbar sein — bei klassischer UND KI-Suche.

Das Zero-Click-Problem.

Warum Klicks auf Ihre Website weniger werden — und warum das nicht das Ende ist.

— WAS PASSIERT

- KI beantwortet die Frage direkt in der Antwort — kein Klick auf Ihre Seite nötig
- Google AI Overview zeigt komplette Antworten oberhalb der klassischen Trefferliste
- ChatGPT zitiert Sie evtl. als Quelle — Klicks werden aber zur Ausnahme
- Studien zeigen 30–60 % Klickrückgang bei Info-Suchen 2025 / 2026

DIE UMDEUTUNG

„Aufmerksamkeit ist die neue Währung.“

— Christian Kunz · SEO-Südwest · 25.05.2026

Sie verlieren Klicks — gewinnen aber Reichweite an neuer Stelle: **in der Antwort selbst.**

NEUE KPI

Citation Rate · Detection Rate · Share of Voice

nicht mehr nur Sessions.

DAS GRUNDPRINZIP

**Die KI vertraut nicht Ihrer Website.
Sie vertraut dem, was woanders über Sie
steht.**

Alles, was wir heute besprechen, dient diesem einen Satz.

MODUL 02

Wie KI Quellen auswählt.

Query Fanout · Quellenmanagement · Trust-Signale.

Zwei Arten von KI-Anfragen.

Und beide funktionieren völlig anders.

RECHERCHE-PROMPTS

„Was ist E-E-A-T?“

„Wie funktioniert AT-Alert?“

- KI nutzt Trainingsdaten oder googelt im Hintergrund.
- Quellen werden meist nicht angeklickt — Antwort genügt.

HEBEL

- Wikipedia & Wikidata
- Häufige Erwähnung im Open Web
- Große Branchen-Sites

HIER LIEGEN DIE AUFTRÄGE

EMPFEHLUNGS-PROMPTS

„Welche Werbeagentur in Wien?“

„Beste SEO-Agentur Österreich?“

- KI googelt live, sammelt 5–10 Quellen.
- Synthetisiert eine Empfehlungs-Liste mit Quellenangaben.

HEBEL

- Listicles & „Top X“-Artikel
- Branchenpresse · OTS-Aussendungen
- Google-Top-10 + Bewertungsplattformen

Wie KI-Antworten entstehen.

Zwei völlig unterschiedliche Mechanismen — für jeden eine eigene Strategie.

TRAININGSDATEN

„Was das Modell gelernt hat.“

Statisch · Stichtag · ohne Live-Internet

- ChatGPT antwortet aus dem Gedächtnis
- Cutoff-Datum (z.B. Jan 2026)
- Wer im Training oft genannt wurde, wird zitiert
- Marken-Erwähnungen über Jahre zählen

HEBEL

Digital PR · Wikipedia · Branchen-Listicles · konsistente Marken-Story

KI-SUCHE · LIVE

„Was das Modell jetzt findet.“

Live · Echtzeit · holt aktive Web-Quellen

- ChatGPT-Suche, Perplexity, Google AI-Overview
- Gemini & Copilot mit Web-Zugriff
- Modell schickt im Hintergrund Anfragen ins Web
- Zitiert konkrete URLs als Quellen

HEBEL

SEO-Basics · FAQ · zitierfähige Antworten · Drittquellen

Wichtig: Beide laufen parallel. Wer nur eines bedient, ist halb sichtbar.

Query Fanout – wie KI Ihre Frage zerlegt.

Beispiel: Was passiert, wenn jemand ChatGPT eine Empfehlung anfragt.

USER-PROMPT „Welche Werbeagentur in Wien arbeitet auf KMU-Niveau mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis?“

CHATGPT ZERLEGT INTERN IN SUB-QUERIES ↓

„werbeagentur wien klein“

„marketing agentur wien kmu“

„beste werbeagentur österreich 2026“

„werbeagentur wien erfahrungen“

„günstige marketing agentur wien“

„werbeagentur empfehlung wien reddit“

KONSEQUENZ

Wer für **diese 6 Sub-Suchen** nicht in Google-Top-10 oder als Mention auftaucht, kommt in der KI-Antwort **NICHT** vor.

Welche Quellen-Typen zitiert die KI?

Sortiert nach aktueller Relevanz — über ChatGPT, Gemini, Perplexity, AI Overview.

1	Owned Newsroom / eigene Domain Pressroom, Studien-Seiten, FAQ-Hubs, Glossare — gepflegt und strukturiert	≈ 44 %
2	Listings & Branchenverzeichnisse Herold, FAVR, anwalt.de, Trustpilot, Cylex, Google Business	≈ 42 %
3	Branchenpresse & News Reuters, Standard, Kurier, Industriemagazin, Fachpresse	≈ 27 %
4	YouTube Ahrefs 2025: stärkste Korrelation aller Faktoren (r = 0,74)	stark steigend
5	Pressewires / OTS / PR Newswire Press-Release-Citations +500 % seit Juli 2025 (Muck Rack)	stark steigend
6	Reviews & Foren Trustpilot, Reddit (mit Vorsicht), Branchen-Communities	≈ 8 %
7	Wikipedia / Wikidata Verliert auf ChatGPT (-31 pp), bleibt aber für Knowledge Graph wichtig	rückläufig

Top-Quellen pro KI-Plattform.

Jede Plattform hat ihre Eigenheiten — Peec.ai 2025, basierend auf 30 Mio Citations.

ChatGPT

- 1 Wikipedia
- 2 Reddit
- 3 Forbes
- 4 Techradar
- 5 LinkedIn

Gemini

- 1 Reddit
- 2 YouTube
- 3 Wikipedia
- 4 Medium
- 5 Forbes

Perplexity

- 1 Reddit
- 2 YouTube
- 3 LinkedIn
- 4 Wikipedia
- 5 G2

Google AI Mode

- 1 YouTube
- 2 Reddit
- 3 Facebook
- 4 LinkedIn
- 5 Yelp

AI Overviews

- 1 YouTube
- 2 Reddit
- 3 Facebook
- 4 LinkedIn
- 5 Medium

WAS WIR SEHEN

Reddit & YouTube tauchen auf **allen 5 Plattformen** auf. Plus **LinkedIn** auf **4 von 5**.

Mentions schlagen Backlinks · E-E-A-T zählt.

Was die KI zusätzlich zu klassischem SEO bewertet.

MENTIONS VS. BACKLINKS

Mention zählt mehr als Link.

- **Backlink:** andere Domain verlinkt Sie — klassisches SEO-Signal
- **Mention:** andere Domain nennt nur Ihren Namen — auch ohne Link
- KI zählt JEDE positive Erwähnung als Vertrauenssignal

MENTIONS

r = 0,66

Ahrefs 2025 · Korrelation zu AI-Visibility

BACKLINKS

r = 0,22

Ideal: erwähnt UND verlinkt. Eine gute PR-Story liefert beides.

E-E-A-T

Bewertungsmodell für Quellen-Vertrauen

E

Experience

Hat der Autor das selbst erlebt / getestet?

E

Expertise

Nachweisbares Fachwissen?

A

Authoritativeness

Zitieren andere die Quelle? Awards?

T

Trustworthiness

Impressum, Quellenangaben, Transparenz?

MODUL 03

Themen & Fragen identifizieren.

Vom Keyword zum Prompt — was sucht Ihre Zielgruppe wirklich?

Keyword-Research starten mit Keyword Surfer.

Erst Suchvolumen prüfen — dann Zeit in die Optimierung stecken.

— WARUM SUCHVOLUMEN ZUERST?

- Ohne Suchvolumen → kein Traffic, egal wie gut die Seite rankt
- Sehr hohes Volumen → oft Info-Keyword, nicht Money
- Idealfall: relevantes Volumen + realistische Konkurrenz
- KMU-Faustregel: 50–500 Suchen pro Monat sind oft Gold wert
- Pro Money-Keyword 2–3 Wörter: „kaufen“, „beste“, Ort dazu

LIVE-BEISPIEL HEUTE

„SEO Agentur München“

~ 480 Suchen / Monat · klassisches Money-Keyword · lokal + Money-Intent

TOOL CHROME-EXTENSION

Keyword Surfer

Kostenlos · keine Anmeldung · Volumen direkt in Google

- 1 Im Chrome Web Store installieren
- 2 Land & Sprache wählen (Deutschland / Österreich)
- 3 Money-Keyword in Google eingeben
- 4 Volumen erscheint unter dem Suchfeld

chromewebstore.google.com → „keyword surfer“

Vom Keyword zum Prompt.

Sechs Pattern-Wörter, die aus jedem Money-Keyword einen Empfehlungs-Prompt machen.

BEISPIEL-KEYWORD **„SEO Agentur München“**

BESTE

„Welche ist die beste SEO Agentur in München?“

EMPFEHLUNG

„SEO Agentur München Empfehlung“

GUTE

„Gute SEO Agentur in München für KMU“

BELIEBTESTE

„Welche SEO Agentur in München ist am beliebtesten?“

TOP / LISTICLE

„Top 10 SEO Agenturen München 2026“

VERGLEICH

„SEO Agentur München Vergleich · A vs B“

★ **Insight:** „Welche...?“-Fragen wachsen aktuell am schnellsten (Google AI Mode Daten, Mai 2026) – Pattern „Welche / Beste / Gute“ priorisieren.

Wie finden Sie Ihre Empfehlungs-Prompts?

5 Quellen, aus denen die richtigen Fragen Ihrer Zielgruppe entstehen.

01

Sales-Team & Erstgespräche

Welche Fragen kommen ständig?
Das sind Prompts in Reinkultur.
Notieren Sie 2 Wochen lang mit.

02

Bestehende Kunden

Warum haben sie SIE gewählt? In welchen Worten? → das ist exakt, wonach neue Kunden suchen.

03

Google „Ähnliche Fragen“

People-Also-Ask-Box bei Ihren Money-Keywords. Direkt von Google verifizierte Suchabsicht.

04

ChatGPT-Trick

„Gib mir 10 typische Fragen, die jemand stellt, der eine SEO Agentur in München sucht.“

05

Reddit & Branchen-Foren

r/de, r/marketing, Branchen-Slacks
– Originaltöne Ihrer Zielgruppe.

MODUL 04

Den Grundstein legen.

Die 5 Hebel, mit denen Sie ab Montag KI-Sichtbarkeit aufbauen.

Die 5 Hebel für KI-Sichtbarkeit.

In dieser Reihenfolge angehen — alles davor ist Voraussetzung für alles danach.

01

Owned Newsroom

Eigene Domain als Anker: FAQ-Hub, Studien-Seite, Glossar, Pressroom.

44%

02

Listings & Pay-to-List

Branchenverzeichnisse, in denen die KI fündig wird: Herold, Trustpilot, branchen-spezifisch.

42%

03

Online-PR mit eigenem Asset

Studie / Daten-Story / Tool → OTS-Aussendung → Multiplikation.

27%

04

Social Trust-Signale

YouTube, LinkedIn, ggf. Reddit — die unterschätzten KI-Quellen.

↗ stark steigend

05

Reviews & Mentions

Google Business, Trustpilot, ProvenExpert — und konsistente Brand-Mentions.

Volume

MODUL 4 · DEN GRUNDSTEIN LEGEN

Die mächtigste GEO-Maßnahme.

Online-PR mit eigenem Asset — eine Studie erzeugt 20+ Erwähnungen, Backlinks und KI-Citations.

1

Asset erschaffen

Studie · Datenset · Tool · Rechner — etwas, das es im Web noch nicht gibt

2

Auf eigener Domain

Als Landingpage publizieren — wird zum Anker für alle weiteren Wellen

3

PR-Aussendung

Daten-Story für Medien aufbereiten · OTS-Aussendung mit Pointe

4

Distribution

OTS · Branchenpresse · direkte Pitches an Top-Outlets Ihrer Branche

5

Multiplikation

Medien erwähnen + verlinken → SEO-Boost + KI-Trust-Signal

DREI WIRKUNGEN — ALLE AUS EINEM ASSET

GEO / AI

Mehr KI-Citations durch Earned-Media-Mentions

SEO

Backlinks und Brand-Mentions stärken Domain-Autorität

E-E-A-T

Externe Bestätigung Ihrer Expertise — Trust-Boost

Listicles & Pay-to-List.

Der pragmatische Einstieg in fremde Domains.

LISTICLES Earned

„Die 10 besten Werbeagenturen Wien 2026“

85 % aller Markennennungen in KI stammen aus solchen Beiträgen.

SO REIN

- Listicles Ihrer Branche identifizieren
- Redaktion direkt kontaktieren mit konkretem Datenangebot
- An etablierten Awards / Rankings teilnehmen
- **Nicht:** eigenes Listicle auf eigener Domain (Google strafft ab)

PAY-TO-LIST PAID

Plattformen, die LLMs zitieren — gegen Bezahlung

200 € – 5.000 € / Jahr

Wirkung: direkte Zitation in KI-Antworten

TYPISCHE PLATTFORMEN

- **herold.at** · KMU & lokale Dienstleister (AT)
- **trustpilot.com** · Bewertungsplattform
- **favr.com** · Plattform-Listicle
- Branchen-spezifisch: anwalt.de, wlv.at, ...

Caveat: Nur Plattformen wählen, die tatsächlich von LLMs zitiert werden. Mit [rankscale.ai](#) vorher prüfen.

Ihre nächsten 30 Tage.

Eine Mini-Roadmap, mit der Sie ab Montag den Grundstein legen.

WOCHE 1

Bestandsaufnahme

- ChatGPT-Test: „Was weißt du über uns?“
- 5 Empfehlungs-Prompts Ihrer Branche testen
- Top-Quellen notieren, die JETZT zitiert werden

WOCHE 2

Eigenes Haus aufräumen

- Google Business Profile vollständig befüllen
- FAQ-Block auf der Startseite (3–5 Fragen)
- Über-uns-Seite mit Expertise & Awards stärken

WOCHE 3

Listings & Mentions

- Herold, branchen-spezifische Verzeichnisse anlegen
- Trustpilot oder ProvenExpert aktivieren
- 3 Mitarbeiter-LinkedIn-Profile aktualisieren

WOCHE 4

Erstes PR-Asset

- 1 Daten-Story / Branchen-These vorbereiten
- Auf eigene Domain als Studien-Landingpage publizieren
- OTS-Aussendung absetzen + Branchen-Outlets pitchten

RECAP

Was Sie heute mitgenommen haben.

Ihre persönliche KI-Sichtbarkeits-Checkliste.

- ✓ Suche hat sich fundamental verändert — 15–30 Touchpoints pro Entscheidung, 2,5 Mrd ChatGPT-Suchen / Tag
- ✓ Zwei Hebel: Trainingsdaten (Digital PR) und Live-KI-Suche (SEO + zitierfähige Antworten)
- ✓ Mentions zählen mehr als Backlinks ($r = 0,66$ vs. $0,22$)
- ✓ 5 Hebel: Owned Newsroom · Listings · Online-PR · Social Trust · Reviews & Mentions
- ✓ KI vertraut nicht Ihrer Website, sondern dem, was woanders über Sie steht
- ✓ Query Fanout zerlegt 1 Prompt in 5–20 Sub-Suchen — Breite schlägt Tiefe
- ✓ Empfehlungs-Prompts identifizieren — Aufträge entstehen dort, nicht bei Recherche-Prompts
- ✓ Mini-Roadmap: W1 messen · W2 eigenes Haus · W3 Listings · W4 erstes Asset

ES GEHT WEITER

Webinar-Reihe Teil 2 – 4.

Wir vertiefen die nächsten Schritte über das Jahr 2026.

FOLGE 2

23. Juli 2026

Webseiten-Inhalte für KI optimieren

Strukturen, FAQs, Multimodal-Content (Bild / Video / Audio)
– wie die Google-AI-Mode-Suchebox Ihre Seite wirklich liest.

FOLGE 3

tba

Off-Page · PR & Distribution für KI

OTS, Listicles, Pay-to-List und Branchenpresse – die
externen Hebel im Detail.

FOLGE 4

19. November 2026

KI-Sichtbarkeit messen

Welche KPIs wirklich zählen · welche Tools · wie Sie
datenbasiert optimieren.

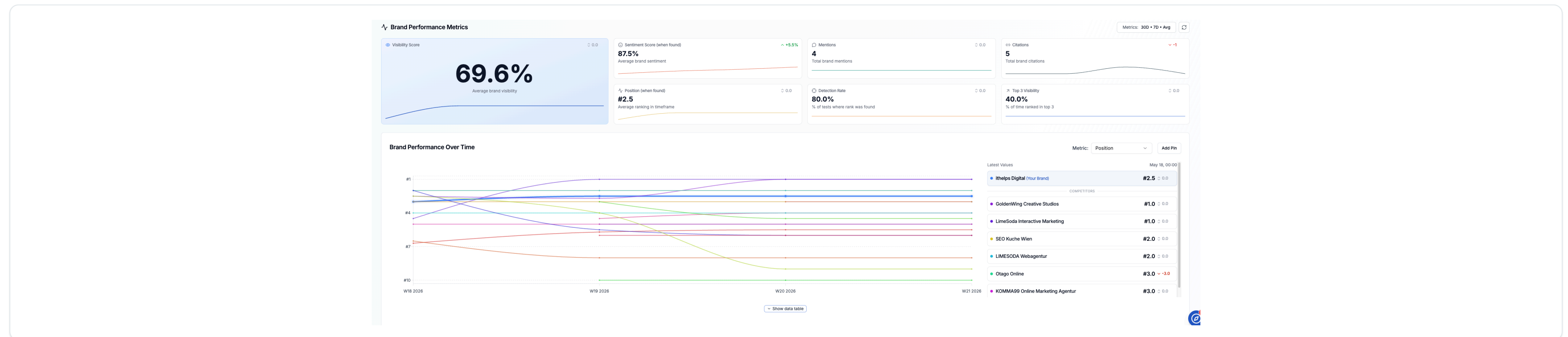
Live aus [rankscale.ai](#)

So messen wir es bei ithelps Digital selbst.

Tracking: „Wer sind die 5 besten SEO Agenturen in Wien?“

BRAND ithelps Digital	AI ENGINE ChatGPT	REGION Austria	INTERVAL Weekly	TOTAL RUNS 11
---------------------------------	-----------------------------	--------------------------	---------------------------	-------------------------

VISIBILITY SCORE <h1>69,6%</h1> <p>Average brand visibility</p>	POSITION <h1>#2,5</h1> <p>Ø Ranking</p>	DETECTION RATE <h1>80%</h1> <p>Tests where rank found</p>	TOP 3 VISIBILITY <h1>40%</h1> <p>% in Top 3 ranked</p>
---	---	---	--



Live aus rankscale.ai

Query Fanout & Citations — in Aktion.

Was ChatGPT für „beste SEO Agentur Wien“ wirklich abfragt — und welche Domains zitiert werden.

SEARCH QUERY FANOUT

Captured directly from the AI engine

8 Sub-Queries

1	beste SEO Agenturen in Wien	28/03/2026
2	beste SEO Agenturen in Wien Österreich Top SEO Agenturen Wien	04/04/2026
3	beste SEO Agenturen Wien 2026	16/05/2026
4	beste SEO Agenturen Wien 2026 Bewertungen	09/05/2026
5	beste SEO agenturen Wien 2026 ranking SEO Agentur Wien Top	23/05/2026
6	beste SEO Agenturen Wien 2026 Ranking Top SEO Österreich	25/04/2026
7	beste SEO Agenturen Wien 2026 Top SEO Agentur Wien Ranking	02/05/2026
8	SEO Agentur Wien	11/04/2026

CITATION & REFERENCE ANALYSIS

Welche Domains zitiert ChatGPT?

76

1	feedback.de/seo-agenturen/wien LimeSoda · webhead · FERRAS Agency	9x
2	goldenwing.at/beste-seo-agenturen-wien ithelps Digital (3x) · ithelps digital (2x) · GoldenWing · SEO Küche Wien · Otago · LIMESODA · FUSEON	8x EARNED
3	werbeagentur.de/de/scoring/seo/wien Digital Business Consulting · SEO Gurus Wien	8x
4	goldenwing.at/en/best-seo-agencies-vienna ithelps Digital (2x) · GoldenWing · Ameisenhaufen	6x EARNED
5	goldenwing.at/ru/best-seo-agencies-austria + 71 weitere Citations	5x

Genau das, was wir auf Folie 15 & 16 beschrieben haben — sichtbar gemacht: Aus einem User-Prompt werden 8 Sub-Queries, zitiert werden 76 Drittquellen. ithelps Digital erscheint primär in Listicles (Earned).

Live aus rankscale.ai

ithelps Digital · Brand-Position über Zeit.

Executions History: wo landen wir in der KI-Antwort — Woche für Woche?

DATUM	AI MODEL	REGION	BRAND-RANKING (ITHELPS DIGITAL HERVORGEHOBEN)
23.05.2026 17:10	ChatGPT gpt-5-3-mini	Austria	GoldenWing Creative Studios (1), SEO Küche Wien (2), Otago Online (3), ithelps digital (4) , Ameisenhaufen (5)
16.05.2026 17:12	ChatGPT gpt-5-5	Austria	ithelps Digital (1) , LIMESODA Webagentur (2), KOMMA99 (3), Simplexx (4), Ameisenhaufen (5), FUSEON (6), webhead (7), iGrow (8)
09.05.2026 17:10	ChatGPT gpt-5-5	Germany	ithelps Digital (1) , LIMESODA (2), FUSEON (3), Simplexx (4), SEOschmiede (5), .kloos digital (6), Ameisenhaufen (7)
02.05.2026 17:08	ChatGPT gpt-5-3-mini	Germany	GoldenWing Creative Studios (1), SEO Küche Wien (2), Otago Online Consulting (3), ithelps Digital (4) , Ameisenhaufen (5)
25.04.2026 17:06	ChatGPT gpt-5-3-mini	Germany	LimeSoda Interactive (1), webhead GmbH (2), FERRAS Agency (3), Digital Business Consulting (4), SEO Gurus Wien (5)
18.04.2026 17:09	ChatGPT gpt-5-3	Germany	GoldenWing Creative Studios (1), SEO Küche Wien (2), Otago (3), ithelps digital (4) , Ameisenhaufen (5), .kloos (6), Bono Media (7)

Was wir lesen: In Österreich auf #1 bei spezifischen ChatGPT-Modellen, in Deutschland zwischen #1 und #4 — abhängig vom verwendeten Modell. **Detection Rate 80 %** bedeutet: in 8 von 10 Antworten erscheinen wir überhaupt.

Q & A

Danke. Ihre Fragen.

Jetzt ist Ihre Zeit. Stellen Sie Fragen im Chat oder per Hand-Heben.

KONTAKT

Sebastian Prohaska

CEO & Founder · ithelps digital

sebastian.prohaska@ithelps-digital.com

ithelps-digital.com · rankscale.ai

LinkedIn: Sebastian Prohaska