

Die Guten sollen gefunden werden, nicht die Lauten.

Warum dein Unternehmen bei Google auf Platz 1 stehen und
in KI-Antworten trotzdem nicht vorkommen kann.

VERFAHREN

ENTAU

EINSTIEG

Positionsbestimmung

SELBSTTEST

Seite 2 · 30 Sekunden



Der Test dauert dreißig Sekunden.

Stell drei Fragen in ChatGPT, Perplexity oder der KI-Antwort von Google. Nicht deinen Firmennamen – so, wie jemand fragt, der dich noch nicht kennt.

01

„Wer ist der beste
[deine Leistung]
in [dein Ort]?“

02

„An wen wende ich mich,
wenn [das Problem ansteht,
das du löst]?“

03

„Worauf muss ich achten,
wenn ich [deine Leistung]
beauftrage?“

MESSPUNKT → Was zurückkommt, ist die Antwort, die dein nächster Kunde bekommt.

BEFUND

**Entweder du.
Oder jemand, von dem du weißt,
dass er die schlechtere
Arbeit macht.**

Der zweite Fall ist der häufigere. Wer ihn zum ersten Mal sieht, ärgert sich meist weniger über die Maschine als über die Sache dahinter: Die Arbeit von Jahren zählt an dieser Stelle nicht.



Jetzt der umgekehrte Fall.

Jemand beschreibt genau das Problem, das du am besten löst – in ChatGPT, in Perplexity, in der KI-Antwort von Google. Und in der Antwort, die er bekommt, stehst du. Nicht als Anzeige. Als die Adresse, die die Maschine für die richtige hält.

Wir wissen das nicht. Du schon – du kennst deine Zahlen.
Genau danach fragt die Positionsbestimmung.

Wie viele Gespräche würdest du führen, die heute gar nicht erst entstehen?

Was wäre dir ein Kunde wert, der dich fragt, statt drei Angebote zu vergleichen?

Ranking ist die falsche Frage.

SUCHMASCHINE

Sortiert Seiten.

Ihre Frage: Welche Seite passt am besten zu diesem Suchbegriff?

Die Antwort ist eine Liste. Du kannst darin steigen – die Frage bleibt dieselbe.

ANTWORTSYSTEM

Baut eine Antwort.

Seine Frage: Weiß die Maschine, dass es dich gibt, was du tust, und dass die Angaben stimmen?

Die Antwort ist ein Text mit Namen darin. Entweder deiner steht drin oder nicht.

Ein Unternehmen, über das im Netz nur die eigene Website spricht, ist für so ein System kaum eine überprüfbare Größe. Es kann gefunden werden, wenn man den Namen kennt. Genannt wird es nicht.

Wir haben das an uns selbst gemessen.

Das Ergebnis ist unbequem. Bei „jobs to be done-methode“ meldet Googles Search Console für unsere Seite die Position 1,0. In 28 Tagen wurde sie 44-mal angezeigt. Angeklickt wurde sie kein einziges Mal.

Position 1,0

44 Einblendungen bei unserem Kernbegriff.
Null Klicks.

11 Suchbegriffe

mit Position bis 10 in der Search Console.
Zusammen 546 Einblendungen. Null Klicks.

310 Fachbegriffe

2.809 Einblendungen. Genau zwei Klicks.

Angezeigt, aber nicht angeklickt. Unsere Lesart: Die Antwort passiert inzwischen vor der Website. Wer fragt, bekommt sie und klickt nicht mehr weiter.

QUELLE: GOOGLE SEARCH CONSOLE, PROPERTY OBERWASSER-CONSULTING.DE, 28-TAGE-FENSTER BIS 2. SEPTEMBER 2026

Woran du jeden Anbieter prüfen kannst.

„Hast du es am eigenen Haus gemacht – und kann ich das nachschlagen?“

Eine einzige Frage. Wer sie nicht in fünf Minuten beantworten kann, verkauft dir eine Behauptung.

BEI UNS LAUTET DIE ANTWORT JA. HIER STEHT SIE.

WIKIDATA

Q138844478

Eintrag im offenen Wissensgraphen, 25 Aussagen, 14 davon belegt (Stand 15.10.2026).

ORCID

0009-0006-2292-2649

Forscher-Kennung mit den hinterlegten Arbeiten unter dauerhafter Adresse.

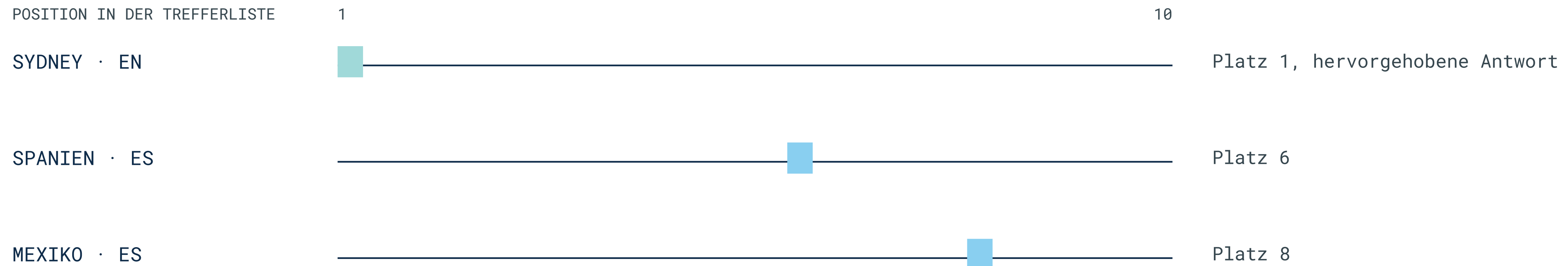
GND · DNB

141201011X

Personensatz der Deutschen Nationalbibliothek. Beantragt am 20.07.2026 um 10:26 Uhr, am selben Tag angelegt.

Auch das, was bei uns selbst nicht stimmt.

Dieselbe Frage – „Wer ist Peter Rochel?“ – aus mehreren Ländern gestellt. Dieselbe Person, dieselben Belege, dieselbe Website.



Dieselbe Person, drei verschiedene Plätze. Dem Eintrag im Wissensgraphen fehlte die spanische Fassung; nachgetragen am 19.08.
Dass das den Unterschied macht, ist bis heute nicht belegt.

Die Reihenfolge ist keine Verkaufslogik.



Wer den letzten Schritt ohne den ersten kauft, verstärkt seine eigenen Fehler. Das ist keine Verkaufsregel, sondern die Mechanik.

Drei Stufen.

Der Einstieg ist die Positionsbestimmung.

STUFE 1

Positionsbestimmung

Du weißt, wo du stehst, und was dich davon abhält, genannt zu werden. Für dich, wenn du zuerst wissen willst, ob sich das Thema für dich überhaupt rechnet.

STUFE 2

Fundament legen

Die Belege, an denen dich die Systeme erkennen können, existieren, und die Wiedermessung zeigt dir, was sich bewegt hat. Für dich, wenn du den Befund nicht lesen, sondern abstellen willst.

STUFE 3

Halten und ausbauen

Du hältst deine Position, baust sie systematisch aus und steuerst nach, bevor sie kippt. Für dich, wenn Genanntwerden ein Vertriebskanal ist und keine Nebensache.

Beauftragen kannst du zuerst die Positionsbestimmung. Ob und wie es weitergeht, entscheidest du danach, mit dem Befund in der Hand. Beauftragst du binnen drei Monaten nach dem Bericht eine Umsetzungsstufe, rechnen wir die Positionsbestimmung voll an.

Was in der laufenden Arbeit auf dem Tisch liegt.

GRAPH-PFLEGE

Wikidata, Deutsche Nationalbibliothek, ORCID, Zenodo: anlegen, belegen, verknüpfen, aktuell halten.

GOOGLE-PFLEGE

Unternehmensprofil und Search Console: eingerichtet, überwacht, gepflegt.

ON-PAGE

Strukturierte Daten, Indexierung, Seitenstruktur – Inhalte, die Maschinen auswerten können.

MESSUNG

Jedes Quartal alle Fragen gemessen, jeden Monat ein Bericht: wie sich deine Position entwickelt.

THEMEN

Neue Fragen deines Marktes werden zu belegten Antwortseiten – als eigenes Thema, wenn du es willst.

ANSPRECHPARTNER

Fest. Kein Ticketsystem, kein wechselndes Team.

Die SEO-Arbeit läuft mit.

ENTHALTEN

Die technische Hygiene deiner Website: strukturierte Daten, Indexierung, Seitenstruktur, Verzeichnisse. Die Arbeit, für die du sonst einen eigenen Auftrag vergibst.

DARÜBER HINAUS

Die Identitätsebene, die in einem SEO-Angebot nicht vorkommt. Und die Pflege der Einträge und Profile als Teil derselben Arbeit – statt als getrennter Auftrag mit getrenntem Ansprechpartner.

UND DAS, WAS AUF KEINER RECHNUNG ALS POSITION STEHT

Wer regelmäßig misst, welche Fragen dein Markt stellt und wer heute darauf antwortet, sieht mit ungewöhnlicher Schärfe, wo du im Markt tatsächlich stehst – und wohin die Nachfrage wandert. Das fließt in die Zusammenarbeit zurück, als Hinweis auf die Ausrichtung, nicht nur auf die Sichtbarkeit.

Bewerber schlagen dich genauso nach wie Kunden.

„Wie ist es dort zu arbeiten?“

„Was sagen Leute, die dort waren?“

„Wer bildet in diesem Beruf ordentlich aus?“

Nur mit anderen Fragen – die Mechanik ist dieselbe, und die Arbeit ist es auch.

Wer als Arbeitgeber keine überprüfbare Größe ist, wird auch auf diese Fragen nicht genannt. Wer die Identitätsebene ohnehin aufbaut, nutzt sie für beides.

BESITZ · DAS GEHÖRT DANACH DIR, AUCH WENN WIR NICHT MEHR ZUSAMMENARBEITEN

Der Eintrag im
Wissensgraphen mit
Belegen

Dauerhafte Kennungen für
Personen und Werke

Alle Unternehmensprofile, in
deiner Hand

Strukturierte Daten auf
deiner Website

Die volle Messhistorie als
Rohdaten

Was wir zusagen, und was nicht.

01 **Keine Zusage auf Platzierungen oder Nennungen.**

Die Systeme entscheiden das laufend neu. Zugesagt ist die Messung nach festem Standard – und der Weg, der aus ihren Befunden folgt.

02 **Keine Zusage, wann eine Änderung ankommt.**

Beobachtet wurden Minuten bis Wochen. Woran du es erkennen wirst, steht im Bericht.

03 **Keinen Eintrag ohne belegte Außenwahrnehmung.**

Ohne unabhängige Quellen würde er gelöscht. Was stattdessen zuerst zu tun ist, sagen wir dir.

04 **Keinen Wikipedia-Artikel.**

Der entsteht nur durch Dritte. Was ihn wahrscheinlicher macht, lässt sich beeinflussen.



Am Anfang steht die Messung, nicht das Angebot.

Ohne sie weiß niemand, ob überhaupt ein Problem vorliegt, das diese Arbeit löst. Manchmal liegt es woanders – dann ist das die richtige Antwort.

WARUM JETZT

Diese Systeme werden gerade zur ersten Anlaufstelle. Wer heute nicht vorkommt, fehlt nicht in einer Ergebnisliste, sondern in einer Nachfrage, die inzwischen woanders entsteht. Und belegte Außenwahrnehmung lässt sich nicht auf Zuruf herstellen – die Einträge brauchen Vorlauf.

POSITIONSBESTIMMUNG

Einzelnen beauftragbar. Innerhalb von vier Werktagen nach Auftrag und abgestimmtem Frageset liegt dein Bericht vor. Keine Zugänge, keine Verpflichtung.

Du bekommst nicht nur den Befund, sondern den Weg: welche Lücken bestehen, in welcher Reihenfolge sie sinnvoll geschlossen werden und was jede davon verlangt.

Und wenn sich die Umsetzung für dich nicht lohnt, sagen wir das.

So läuft die Beauftragung.

01

Du wählst deinen Termin

Frühestens sechs Tage später, damit der Bericht sicher vorliegt.

02

Du machst die Angaben

Sieben Angaben, keine Zugänge, rund fünf Minuten.

03

Du beauftragst verbindlich

Mit Auftrag und abgestimmtem Frageset läuft unsere Uhr.

04

Der Bericht kommt

Innerhalb von vier Werktagen nach Auftrag und abgestimmtem Frageset – meist schneller.

05

Wir gehen ihn durch

Was gemessen wurde, was folgt, und ob sich eine Umsetzung rechnet.

06

Du entscheidest

Angebot mit angerechneter Messung – oder es ist damit erledigt.

**Lieber erst reden, über die Messung oder gleich über die Umsetzung? 15 Minuten mit Peter, kostenlos – ruf an:
0221 1684 1669.**

Was passt, hängt davon ab, was du erreichen willst.

WAS DAGEGEN STEHT

Ob sich die Messung für dich rechnet, hängt davon ab, was ein Auftrag bei dir wert ist – rechne es einmal gegen.

WAS DANACH KOMMT

Nach dem Bericht zeigen wir dir den Weg: das Fundament legen, dann halten und ausbauen. Ob du ihn gehst, entscheidest du mit dem Befund in der Hand. Zeigt die Messung, dass es sich für dich nicht rechnet, sagen wir dir das.

1.900 € netto, Festpreis. Beauftragst du binnen drei Monaten nach dem Bericht eine Umsetzungsstufe, rechnen wir die Positionsbestimmung voll an.

Schreib uns in zwei Sätzen, was du wissen willst und warum gerade jetzt.



[oberwasser-consulting.de/
positionsbestimmung](https://oberwasser-consulting.de/positionsbestimmung)

Positionsbestimmung beauftragen
– oder 15 Minuten mit Peter,
kostenlos.

Dieses Angebot richtet sich ausschließlich an Unternehmer.

Welcher Zuschnitt zu dir passt.

Die einzige interessante Frage ist, welcher Umfang zu dir gehört – und die beantwortet nicht dein Budget, sondern die Messung.

VIER TREIBER

Vier Dinge bestimmen deinen Zuschnitt: wie viele Domains und Altauftritte zusammengeführt werden · in wie vielen Sprachen und Märkten du gefunden werden willst · wie viele Standorte eigene Profile brauchen · wie viele Personen als eigene Größe aufgebaut werden.

JEDES DAVON VERGRÖSSERT DIE FLÄCHE, AUF DER DU SICHTBAR WIRST

Welche davon bei dir ins Gewicht fallen, zeigt die Positionsbestimmung. Erst danach lässt sich seriös über Zahlen reden – und dann kannst du sie gegen das rechnen, was dir ein gewonnener Kunde wert ist.

Gesucht: ein Winterplatz. Genannt: andere.

Im Juli nannten Google, Bing und ChatGPT die Marina bei keiner von fünf Fragen nach einem Winterliegeplatz; die Preise standen nur in einem PDF. Wir haben eine Winterseite mit lesbaren Preisen veröffentlicht, Name, Nummer und Kategorie vereinheitlicht, einen belegten Eintrag im Wissensgraphen angelegt und begonnen, Bewertungen zu beantworten.

9 → 11 → 14

von 22 Kundenfragen, bei denen Googles KI-Antwort die Marina nennt oder als Quelle führt.

2 → 4

von 6 Winterfragen mit Nennung in Googles KI-Antwort.

8 → 10

Fragen mit Platz 1 bei Google; auf Seite 1 insgesamt 14 → 13 von 22.

Ehrlich dazu: Ob die Bewegung von unserer Arbeit kommt, belegen drei Wochen Messreihe nicht. Bei der Frage nach Erfahrungen stützt sich die KI-Antwort weiter auf Bewertungsportale.

QUELLE: EIGENE MESSUNG OHNE ANMELDUNG, GOOGLE DE, 22 FRAGEN, 17.09. → 09.10.2026 · JULI: ANGEMELDET, NUR AUSGANGSLAGE

Zehn Suchfragen, eine neue Seite, elf Tage.

Beim Kernbegriff von vorne standen wir am 14. September nur als Quellenverweis in Googles KI-Antwort, nicht in der Trefferliste. Am 23. September war auch der weg. Ein zweites Thema: Kundenzentrierung. Am 23. August haben wir zehn Fragen festgelegt, zwei davon als Kontrolle ohne Bezug zur neuen Seite. Bei keiner standen wir auf Googles erster Seite. Am selben Abend ging eine Themenseite live, die sie beantwortet.

0 → 3 von 10

Fragen mit uns auf der ersten Seite der Google-Suche, elf Tage später.

Platz 1

bei der Frage, warum Kundenbefragungen in der Produktentwicklung scheitern (03.09.).

0 → 0

bei den zwei Kontrollfragen ohne Bezug zur Seite. Dort bewegte sich nichts.

In der Google-Suche hat sich nach der neuen Seite messbar etwas bewegt. Bei ChatGPT, Claude, Gemini und Copilot können wir dir das für uns selbst noch nicht belegen. Deshalb messen wir vorher und nachher.

QUELLE: ENTAU-MESSREIHE, GOOGLE ANONYM, 23.08.–24.09.2026 (GEGENPROBE: NIEDRIGERER TAGESWERT)

DER NÄCHSTE SCHRITT

Lass uns messen, bevor irgendjemand etwas verspricht.

Peter Rochel

0221 1684 1669 · hallo@oberwasser-consulting.de

Oberwasser Consulting · Inhaber Peter Rochel

Richard-Wagner-Str. 31 · 50674 Köln



[oberwasser-consulting.de/
positionsbestimmung](https://oberwasser-consulting.de/positionsbestimmung)

Positionsbestimmung beauftragen
– oder 15 Minuten mit Peter,
kostenlos.

Dieses Angebot richtet sich ausschließlich an Unternehmer.

ENTAU ist eine Leistung von Oberwasser Consulting.

