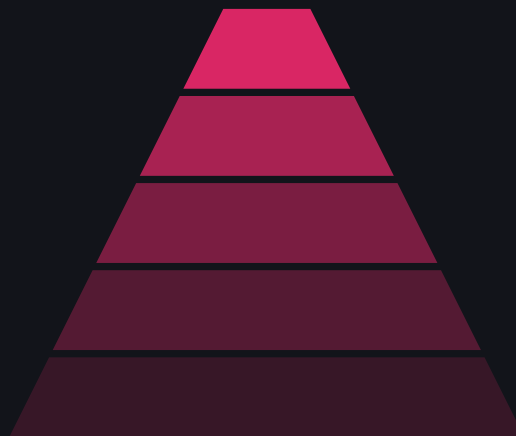


WHITEPAPER · AI SEARCH · GEO

Zero**2**Five

Das Reifegradmodell für digitale
Sichtbarkeit in Suche und KI

Von der Website Readiness bis zu AI Visibility, externer
Autorität und Kategorie-Relevanz.



Inhalt

01	Management Summary	3
02	Ausgangslage: Sichtbarkeit hat zwei Adressaten bekommen	3
03	Methodische Grundlagen	4
04	Das Modell auf einen Blick	5
05	Zwei Bereiche, ein Reifegradmodell	6
06	Level 0 bis 2,9: Die eigene Website als Fundament	7
07	Level 3 bis 5: Die Wirkung im Markt	8
08	Steuerbarkeit und Messung: Je höher das Level, desto indirekter der Einfluss	10
09	Zusammenarbeit und Zeithorizonte	10
10	Laufende Betreuung: Vom Projekt zum Prozess	11
11	Fünf Missverständnisse, die Zero2Five ausräumt	12
12	Grenzen des Modells	12
13	Wo stehen Sie? Selbsteinschätzung und nächste Schritte	13
14	Glossar	14
15	Autor und Herausgeber	14

01 Management Summary

Wer in ChatGPT, Copilot oder Perplexity als Quelle auftauchen will, braucht mehr als eine gute Website: Zero2Five zeigt, wie weit der eigene Einfluss reicht und wo er endet.

Das Framework von openbrain ordnet den digitalen Reifegrad eines Unternehmens auf einer Skala von **Level 0 bis Level 5** ein. Es unterscheidet zwei methodisch verschiedene Bereiche:

LEVEL 0 BIS 2,9

Website Readiness

Technik, Struktur, Semantik und Autorität der eigenen Domain. Dieser Bereich ist direkt steuerbar und lässt sich per automatisiertem Website-Check belastbar analysieren.

LEVEL 3 BIS 5

AI Visibility & Authority

Die tatsächliche Wirkung außerhalb der eigenen Website: Präsenz in KI-Antworten, Empfehlungen, Zitate und Markt-Autorität. Dieser Bereich braucht externe Messdaten und lässt sich nur indirekt beeinflussen.

Drei Aussagen tragen das Modell:

- 1 Level 2,9 ist die Obergrenze der Website.** Wer dort steht, hat seine Hausaufgaben vollständig gemacht, ist damit aber noch nicht im Markt sichtbar.
- 2 Der Gesamt-Level ist kein Durchschnitt.** Eine starke Website schafft die Voraussetzungen, externe Sichtbarkeit zeigt die Wirkung.
- 3 Level 5 ist Ergebnis, nicht Taktik.** Marktautorität entsteht aus fachlicher Substanz, konsequenter Kommunikation und externer Anerkennung.

02 Ausgangslage: Sichtbarkeit hat zwei Adressaten bekommen

Unternehmen müssen heute nicht mehr nur von Menschen gefunden werden, sondern auch von Systemen, die Antworten formulieren. **AI Search** ist der gebräuchliche Sammelbegriff für die Nutzung KI-gestützter Such- und Antwortsysteme wie ChatGPT, Copilot oder Perplexity zur Informationssuche.

Generative Engine Optimization (GEO) ist die strategische Disziplin, mit der Unternehmen Inhalte und digitale Signale so aufbereiten, dass solche Systeme sie verstehen, einordnen und als Quelle berücksichtigen können.

Daraus entsteht ein praktisches Problem: Einzelne Maßnahmen wie ein Schema-Markup, ein FAQ-Block oder eine Pressemeldung beantworten nicht die Frage, wo ein Unternehmen insgesamt steht und was als Nächstes sinnvoll ist. Zero2Five geht deshalb bewusst über einzelne Optimierungen hinaus. Das Framework ordnet den Reifegrad von Level 0 (fehlende Struktur) über eine vollständig vorbereitete Website bis zu externer Sichtbarkeit, Zitierung und Marktautorität ein.

Es dient damit als Entscheidungsgrundlage für drei Fragen:

- Welche Maßnahmen lassen sich intern umsetzen?
- Wann ist eine Digitalagentur sinnvoll?
- Ab wann müssen GEO, Monitoring und PR strategisch zusammenspielen?

Entstanden ist es aus der praktischen Verbindung von Webtechnologie, SEO, Semantik, GEO, Content-Strategie und AI Search.

03 Methodische Grundlagen

Zero2Five ist ein Reifegradmodell: Es ordnet ein Untersuchungsobjekt, hier die digitale Sichtbarkeit eines Unternehmens in Suche und KI, einer von mehreren aufeinander aufbauenden Stufen zu.

Skala und Ordnungsprinzip

- Die Skala reicht von Level 0 bis Level 5. Die Zwischenwerte 2,9 und 3,9 bezeichnen den vollständigen Ausbau einer Stufe, ohne dass die nächste Stufe erreicht ist.
- Die Stufen sind hierarchisch. Technik und Struktur sind Voraussetzung für Semantik, Semantik für Autorität auf der eigenen Domain, und diese wiederum für externe Wirkung.
- Die Grenze zwischen Level 2,9 und Level 3 trennt zwei Messbereiche, nicht zwei Qualitätsgrade derselben Messung.

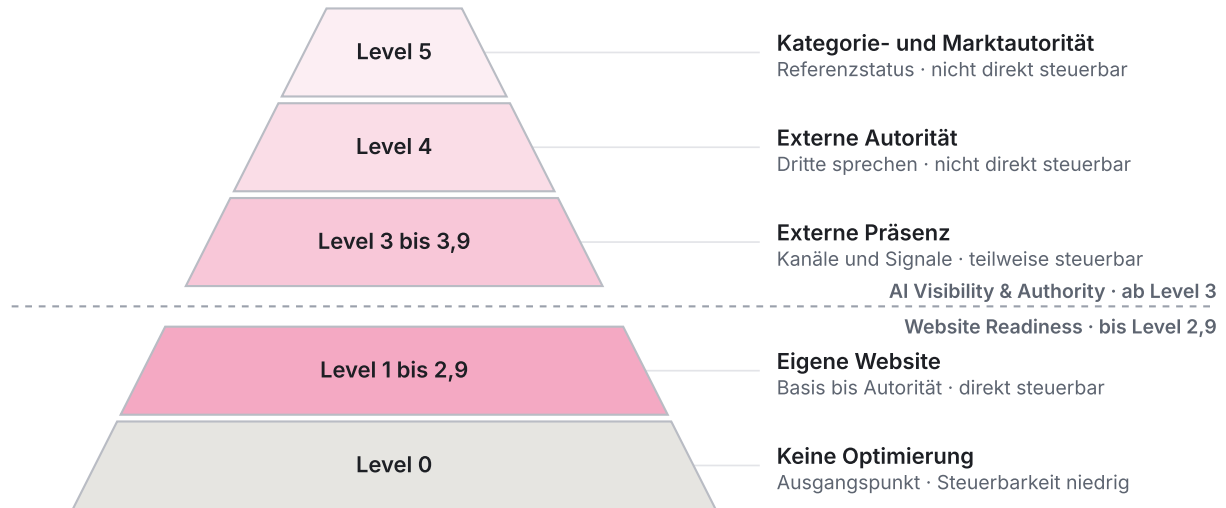
Bewertungslogik in drei Schritten

1. **Website Readiness bestimmen.** Website-Crawl sowie technische und semantische Analyse ordnen die eigene Domain im Bereich 0 bis 2,9 ein.
2. **Externe Wirkung bestimmen.** Wiederholte Messungen in mehreren KI- und Suchsystemen, definierte Themen- und Prompt-Sets, Wettbewerbsvergleich und Beobachtung über Zeit ordnen ab Level 3 ein.
3. **Beide Befunde gemeinsam lesen.** Der Gesamt-Level ist kein Mittelwert. Entscheidend ist, ob die Voraussetzungen auf der Website vorhanden sind und ob sich daraus oder parallel dazu externe Wirkung nachweisen lässt.

04 Das Modell auf einen Blick

Mit jedem Level sinkt die direkte Steuerbarkeit

Je dunkler die Stufe, desto direkter steuerbar



Zero2Five Framework · Level 0 bis 5, Steuerbarkeit je Stufe

Die Pyramide liest sich von unten nach oben: Jede Stufe setzt die darunterliegende voraus, und mit jeder Stufe wird der eigene Einfluss kleiner. Die Tabelle fasst zusammen, was jedes Level auszeichnet.

LEVEL	BEZEICHNUNG	KERNAUSSAGE
0	Keine gezielte Optimierung	Inhalte sind vorhanden, werden aber nicht zuverlässig verstanden oder zugeordnet
1	Technische und inhaltliche Basis	Die Website ist sauber erreichbar, strukturiert und klar aufgebaut
2	Semantische und LLM-Optimierung	Suchmaschinen und LLMs ordnen Unternehmen, Leistungen und Zusammenhänge eindeutig ein
2,9	Autorität auf der eigenen Domain	Die Website besitzt Tiefe und Expertise und ist selbst als Quelle nutzbar
3	Reproduzierbare externe Präsenz	Marke und Expertise sind außerhalb der Domain konsistent sichtbar
3,9	Vernetzte externe Signale	Mehrere Signale wirken über Themen, Systeme und Kanäle hinweg zusammen
4	Unabhängige Wahrnehmung, Empfehlung und Zitierung	Dritte erwähnen, empfehlen und zitieren das Unternehmen
5	Referenzstatus im Markt	Das Unternehmen prägt ein Thema oder eine Kategorie

05 Zwei Bereiche, ein Reifegradmodell

Die Stufen 0 bis 5 messen nicht dasselbe. Bis 2,9 geht es um das, was ein Unternehmen auf seiner eigenen Website selbst herstellen kann. Ab Level 3 geht es darum, ob andere dieses Angebot wahrnehmen.

	WEBSITE READINESS	AI VISIBILITY & AUTHORITY
Level	0 bis 2,9	3 bis 5
Leitfrage	Wie gut ist die eigene digitale Basis vorbereitet?	Wie stark wird diese Relevanz außerhalb der Website sichtbar, empfohlen und bestätigt?
Gegenstand	Technik, Struktur, Entities, Structured Data, Content, interne Verknüpfung, eigene Aussagen, Zitierfähigkeit	KI-Antworten, Empfehlungen, Zitate, externe Erwähnungen, Share of Voice, Reputation, Markt-Autorität
Datenbasis	Website-Crawl, technische und semantische Analyse	externe Messdaten über Systeme, Themen, Wettbewerber und Zeit
Automatisierbar	ja, per Website-Check belastbar	nein, braucht wiederholte Beobachtung

Die methodische Grenze bei 2,9

Zero2Five endet nicht bei 2,9. Dieser Wert markiert die Obergrenze dessen, was aus der eigenen Website heraus direkt bewertet und gesteuert werden kann. Innerhalb des Frameworks bedeutet 2,9: **100 % Website Readiness**. Das ist nicht gleichbedeutend mit maximaler Sichtbarkeit im Markt, denn diese beginnt erst ab Level 3.

Der Gesamt-Level folgt einer Hierarchie, keinem Mittelwert

Ein vollständiger Gesamt-Level bis 5,0 entsteht erst, wenn Website Readiness und externe AI Visibility & Authority gemeinsam betrachtet werden. Er wird bewusst nicht als einfacher Durchschnitt berechnet, denn die beiden Bereiche stehen in einem Abhängigkeitsverhältnis: Eine starke Website schafft die Voraussetzungen, externe Sichtbarkeit und Autorität zeigen die tatsächliche Wirkung.

Die Differenz ist aufschlussreich. Ein Unternehmen kann eine sehr hohe Website Readiness besitzen und extern noch kaum erwähnt werden. Umgekehrt kann eine bekannte Marke trotz schwächerer Website extern sichtbar sein. Zero2Five macht genau diese Lücke sichtbar.

06 Level 0 bis 2,9: Die eigene Website als Fundament

Dieser Bereich liegt vollständig in der Hand des Unternehmens. Er ist projektbasiert aufbaubar und mit einer Digitalagentur umsetzbar.

0

Level 0: Keine gezielte Optimierung

Die digitale Präsenz hat keine klare Struktur, Positionierung oder systematische SEO-/GEO-Logik. Inhalte sind vorhanden, werden von Suchmaschinen und KI-Systemen aber nicht zuverlässig verstanden oder eindeutig zugeordnet.

- keine klare thematische Ausrichtung
- fehlende semantische Struktur
- uneinheitliche Unternehmens-, Leistungs- oder Markensignale
- keine strategische Sichtbarkeitslogik

1

Level 1: Technische und inhaltliche Basis

Die Website ist technisch sauber erreichbar, strukturell nachvollziehbar und in ihren zentralen Inhalten klar aufgebaut. Sie schafft damit die notwendige Grundlage für Suchmaschinen und KI-Systeme.

- saubere Technik: Crawlbarkeit, Indexierbarkeit, HTTPS, Statuscodes, Mobile und Performance
- klare Dokument- und Seitenstruktur
- nachvollziehbare Informationsarchitektur
- erste inhaltliche Fokussierung und klar getrennte Leistungen

UMSETZUNG intern oder mit einer Digital-/SEO-Agentur.

2

Level 2: Semantische und LLM-Optimierung

Hier wird aus einer sauberen Website eine verständliche. Suchmaschinen und LLMs können Unternehmen, Leistungen, Personen, Zielgruppen und Zusammenhänge eindeutig einordnen.

- klare Entities: Unternehmen, Marke, Personen, Leistungen, Standorte und Zielgruppen
- kontextstarke Inhalte statt reiner Keyword-Optimierung
- FAQs, erklärende Inhalte und direkt beantwortete Kundenfragen
- Schema.org und konsistente maschinenlesbare Signale
- semantische Beziehungen zwischen Themen, Leistungen und Expertise

UMSETZUNG Digitalagentur mit SEO-/GEO-Kompetenz.

2,9

Level 2,9: Autorität auf der eigenen Domain

Die Website wird nicht nur verstanden, sondern ist inhaltlich so reif, dass sie selbst als Quelle nutzbar ist: mit Tiefe, klaren Positionen, konkreten Anwendungsfällen und eigenständiger Expertise.

- Themenabdeckung und Content-Cluster
- starke interne semantische Verlinkung
- Use-Cases, Cases und nachvollziehbare Praxiserfahrung
- erkennbare Expertise und Autorenschaft
- eigene Aussagen, Positionen, Daten, Modelle oder Frameworks
- hohe Zitierfähigkeit und nachvollziehbare Quellenqualität

UMSETZUNG Digitalagentur mit GEO- und Semantik-Erfahrung. Ohne interne Erfahrung reicht eine Digitalagentur bis maximal Level 2,9.

07 Level 3 bis 5: Die Wirkung im Markt

Ab Level 3 endet die rein websitebezogene Betrachtung. Entscheidend ist, ob Marke, Unternehmen, Leistungen oder Expertise außerhalb der eigenen Domain konsistent sichtbar werden und in relevanten Such- und KI-Kontexten auftauchen. GEO wird hier zur strategischen Disziplin und ist kein klassisches Website-Projekt mehr.

3

Level 3: Reproduzierbare externe Präsenz

Marke und Expertise sind auf relevanten Kanälen konsistent sichtbar und werden Themen erkennbar zugeordnet.

- konsistente Profile und Inhalte auf relevanten eigenen Kanälen und Plattformen (zum Beispiel LinkedIn, YouTube, Verzeichnisse)
- gleiche Entities, Aussagen und Positionierung über Kanäle hinweg
- erste reproduzierbare Präsenz in relevanten KI-Antworten oder Suchkontexten
- erkennbare Zuordnung von Themen und Marke

3,9

Level 3,9: Vernetzte externe Signale

Mehrere Signale wirken zusammen. Die Sichtbarkeit ist nicht mehr punktuell, sondern über Themen, Systeme und Kanäle hinweg nachvollziehbar.

- wiedererkennbare Narrative und Positionierung
- hohe Konsistenz über relevante Plattformen hinweg
- steigende Share-of-Voice- und Empfehlungs-Signale
- erste wiederkehrende externe Referenzen und Zitate

UMSETZUNG Inhouse nur mit klarer Strategie und PR-Struktur, sonst mit einer GEO-Agentur.

4

Level 4: Unabhängige Wahrnehmung, Empfehlung und Zitierung

Dritte sprechen über das Unternehmen. Medien, Fachportale, Verbände, Kunden oder Branchenakteure referenzieren Marke, Expertise oder Inhalte. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Such- und KI-Systeme das Unternehmen als relevante Referenz berücksichtigen.

- unabhängige Erwähnungen und Zitate
- Empfehlungen, Rankings, Listen und Fachreferenzen
- Nutzung oder Verlinkung eigener Inhalte durch Dritte
- stabile Präsenz in relevanten AI-Search-Antworten
- wachsende Autorität im Vergleich zum Wettbewerbsumfeld

UMSETZUNG GEO plus PR und Thought Leadership. Level 4 lässt sich nicht aus dem Website-Crawl ableiten. Es braucht wiederholte Messungen in mehreren KI- und Suchsystemen, definierte Themen- und Prompt-Sets, Wettbewerbsvergleich und Beobachtung über Zeit.

5

Level 5: Kategorie- und Marktautorität

Level 5 beschreibt keinen Optimierungsgrad, sondern einen erreichten Marktstatus. Ein Unternehmen, eine Marke oder eine Person prägt ein Thema so stark, dass Begriffe, Modelle, Positionen oder Expertise regelmäßig unabhängig aufgegriffen, empfohlen und zitiert werden.

- Referenzstatus in einer Kategorie oder einem klar abgegrenzten Themenfeld
- eigene Begriffe, Modelle oder Frameworks werden übernommen oder weiterverwendet
- regelmäßige Erwähnung ohne aktive Einzelplatzierung
- hohe, stabile Sichtbarkeit über relevante Systeme und Themen hinweg
- starke Reputation und erkennbare fachliche Führungsposition

Zero2Five 5,0 ist Ergebnis, nicht Taktik. Technik und Content schaffen die Voraussetzungen. Marktautorität entsteht erst, wenn externe Akteure und Systeme diese Relevanz wiederholt bestätigen.

08 Steuerbarkeit und Messung: Je höher das Level, desto indirekter der Einfluss

Mit steigendem Level sinkt die direkte Steuerbarkeit und die Abhängigkeit von externen Akteuren wächst. Das hat Folgen dafür, was gemessen werden kann und wie.

BEREICH	STEUERBARKEIT	TYPISCHE DATENBASIS	INTERPRETATION
Level 0 bis 2,9	direkt steuerbar	Website-Crawl, technische und semantische Analyse	Website Readiness
Level 3 bis 3,9	teilweise steuerbar	externe Kanäle, AI-Search-Messungen, Wettbewerbsdaten	AI Visibility
Level 4 bis 5	nicht direkt steuerbar, aber strategisch beeinflussbar	unabhängige Erwähnungen, Zitate, Empfehlungen, Share of Voice, Reputation	Authority und Marktstatus

Bis 2,9 liegt die Kontrolle beim Unternehmen: Struktur, Inhalte, Semantik und Positionierung werden über die eigene Website bestimmt.

Ab 3 gehören Kanäle wie LinkedIn, YouTube oder Verzeichnisse weiterhin dem Unternehmen. Inhalte lassen sich gestalten, die tatsächliche Wirkung in externen Systemen ist aber nur indirekt beeinflussbar.

Ab 4 wird Sichtbarkeit primär durch externe Wahrnehmung bestimmt. Externe Autorität lässt sich nicht verordnen, aber durch konsistente Positionierung, hochwertige Inhalte, PR, Thought Leadership, belastbare Quellen und gezielte Distribution systematisch fördern.

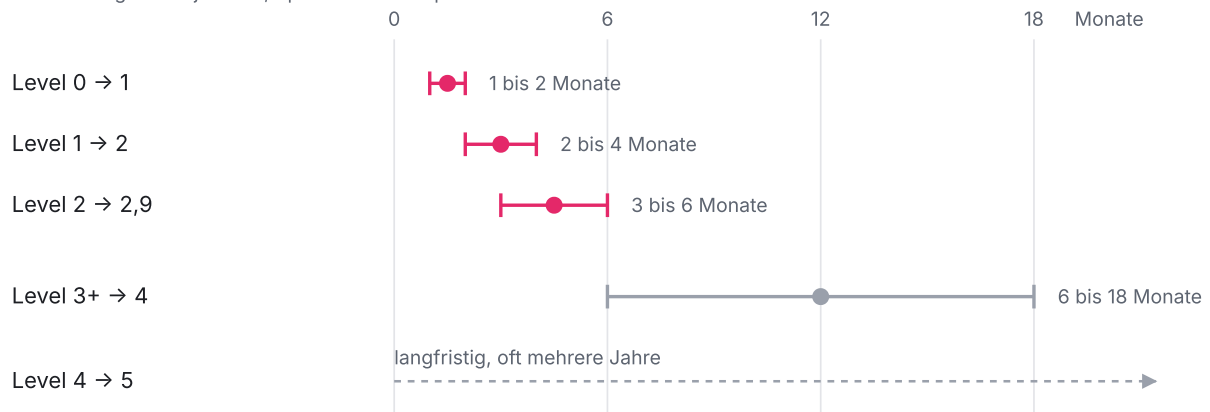
Die Messlogik folgt dem gleichen Gefälle: Die Website lässt sich in einem automatisierten Check belastbar analysieren. Externe Sichtbarkeit braucht dagegen Messreihen über mehrere Systeme, definierte Themen- und Prompt-Sets, Wettbewerbsvergleich und Zeit.

09 Zusammenarbeit und Zeithorizonte

Bis Level 2,9 lässt sich der Weg in Monaten planen. Danach verschiebt sich der Maßstab auf Jahre.

Bis Level 2,9 reichen Monate, ab Level 4 braucht es Jahre

Orientierungswerte je Stufe, Spanne mit Mittelpunkt



Orientierungswerte: Ausgangslage, Branche und Wettbewerb können die Dauer deutlich verändern.
Die Zeile Level 4 → 5 ist nicht maßstäblich.

Zero2Five Framework · Orientierungswerte in Monaten je Stufe

Echte externe Autorität entsteht häufig innerhalb von 6 bis 18 Monaten und ist stark branchen- und marktabhängig. Level 5 ist kein Projekt, sondern ein langfristiger Reputationsprozess, der typischerweise 2 bis 5 Jahre dauert.

Wer den Weg gehen soll, hängt vom Level ab:

ÜBERGANG	TYPISCHE VERANTWORTUNG	SCHWERPUNKT
0 → 1	intern oder Digitalagentur	technische und strukturelle Basis
1 → 2	Digitalagentur mit SEO-/GEO-Kompetenz	Semantik, Entities, Inhalte, Structured Data
2 → 2,9	Digitalagentur mit GEO-/Semantik-Erfahrung	Autorität auf der eigenen Domain
2,9 → 3+	Strategie, GEO, Kommunikation	externe Präsenz, Monitoring, Konsistenz
3+ → 4	GEO plus PR und Thought Leadership	unabhängige Erwähnungen, Zitate, Empfehlungen
4 → 5	Unternehmen plus Markt und Reputation	Kategorie- und Marktautorität

10 Laufende Betreuung: Vom Projekt zum Prozess

Wie sich Zero2Five in Budgets und Organisation übersetzt, hängt vom Level ab. Bis 2,9 lässt sich Sichtbarkeit als Projekt aufbauen, danach wird sie zum dauerhaften Prozess.

BEREICH	CHARAKTER	WAS DAS BEDEUTET
Level 0 bis 2,9	projektbasiert	Aufbau als Projekt, danach regelmäßige Überprüfung und Aktualisierung bei technischen, inhaltlichen, organisatorischen oder strategischen Änderungen

BEREICH	CHARAKTER	WAS DAS BEDEUTET
Level 3 bis 3,9	laufender Prozess	Externe Kanäle, KI-Antworten, Wettbewerber und Plattformlogiken verändern sich. Konsistenz, Share of Voice und tatsächliche Sichtbarkeit müssen über Zeit beobachtet werden
Level 4 bis 5	dauerhafte Begleitung	Externe Wahrnehmung, Empfehlungen und Reputation entstehen langfristig und werden über glaubwürdige fachliche Substanz, Positionierung, PR, Thought Leadership und relevante Quellen kontinuierlich beeinflusst

Die Konsequenz für die Planung: Wer bis 2,9 mit einem klar umrissenen Projekt rechnet, sollte für alles darüber ein laufendes Budget und eine klare Verantwortung einplanen.

11 Fünf Missverständnisse, die Zero2Five ausräumt

1. „Mit einer perfekten Website bin ich sichtbar.“ Level 2,9 ist die Obergrenze der Website Readiness. Sichtbarkeit im Markt beginnt erst ab Level 3.
2. „Der Gesamt-Level ist der Durchschnitt aus Website und Markt.“ Er folgt einer hierarchischen Logik: Die Website schafft die Voraussetzungen, der Markt zeigt die Wirkung.
3. „Eine Agentur bringt mich auf Level 5.“ Ohne interne Erfahrung reicht eine Digitalagentur bis maximal Level 2,9. Ab Level 3 ist GEO eine strategische Disziplin.
4. „Autorität lässt sich einkaufen.“ Sie kann nicht verordnet werden, aber durch Positionierung, Inhalte, PR und Thought Leadership systematisch gefördert werden.
5. „Level 5 ist ein Projektziel.“ Es ist ein erreichter Marktstatus und entsteht aus langfristiger fachlicher Substanz, konsistenter Kommunikation und tatsächlicher Relevanz.

12 Grenzen des Modells

1. Der Website-Check deckt nur den Bereich bis 2,9 ab. Externe Sichtbarkeit lässt sich nicht aus dem Crawl ableiten, Level 4 braucht externe Evidenz.
2. Level 2,9 ist keine Garantie für Sichtbarkeit. Er beschreibt den bestmöglichen Aufbau der direkt beeinflussbaren Voraussetzungen, nicht die Wirkung im Markt.
3. Externe Systeme verändern sich. KI-Antworten, Wettbewerber und Plattformlogiken sind nicht stabil, daher sind einzelne Messungen nur Momentaufnahmen und Messreihen über Zeit nötig.
4. Zeitangaben sind Orientierungswerte. Ausgangslage, Unternehmensgröße, Branche, vorhandene Inhalte, interne Ressourcen, Wettbewerb und Marktbekanntheit können die Entwicklung deutlich beschleunigen oder verlangsamen.
5. Externe Autorität ist nicht verordnbar. Sie kann durch Positionierung, Inhalte, PR und Thought Leadership gefördert, aber nicht erzwungen werden. Level 5 ist ein Ergebnis, kein Projektziel.

13

Wo stehen Sie? Selbsteinschätzung und nächste Schritte

Die Checkliste folgt den Merkmalen der Level. Je weiter unten Sie ein Kriterium nicht erfüllen, desto eher liegt dort Ihr nächster Schritt.

Level 1: Basis

- ☐ Die Website ist crawlbar und indexierbar, läuft über HTTPS und liefert saubere Statuscodes
- ☐ Mobile Darstellung und Performance sind in Ordnung
- ☐ Seiten- und Informationsarchitektur sind nachvollziehbar, Leistungen klar getrennt

Level 2: Semantik

- ☐ Unternehmen, Marke, Personen, Leistungen, Standorte und Zielgruppen sind als Entities eindeutig beschrieben
- ☐ Kundenfragen werden in FAQs und erklärenden Inhalten direkt beantwortet
- ☐ Schema.org ist umgesetzt und die Signale sind konsistent

Level 2,9: Autorität auf der Domain

- ☐ Zentrale Themen sind in Content-Clustern mit interner Verlinkung abgedeckt
- ☐ Use-Cases, Cases und Autorenschaft machen Expertise nachvollziehbar
- ☐ Eigene Positionen, Daten oder Frameworks sind veröffentlicht und zitierfähig

Level 3 bis 3,9: Externe Präsenz

- ☐ Profile auf relevanten Kanälen sagen dasselbe wie die Website
- ☐ Das Unternehmen taucht reproduzierbar in relevanten KI-Antworten auf
- ☐ Sichtbarkeit wird regelmäßig über mehrere Systeme und Themen gemessen

Level 4: Externe Autorität

- ☐ Dritte erwähnen, zitieren oder empfehlen das Unternehmen unabhängig
- ☐ Eigene Inhalte werden von Dritten genutzt oder verlinkt

Empfohlene nächste Schritte

- 1. Website Readiness bestimmen.** Dieser Bereich lässt sich per automatisiertem Website-Check belastbar analysieren und liefert die Ausgangsbasis.
- 2. Lücken bis 2,9 schließen.** Reihenfolge der Level einhalten, denn jede Stufe baut auf der vorigen auf.
- 3. Externe Messung aufsetzen.** Ab Level 3 braucht es definierte Themen- und Prompt-Sets, Wettbewerbsvergleich und eine Beobachtung über Zeit.
- 4. Verantwortung festlegen.** Intern, Digitalagentur oder GEO-Agentur mit PR, je nach Level.

Website bereit. Im Markt sichtbar. Als Referenz anerkannt. Zero2Five verbindet diese drei Entwicklungsstufen in einem Modell von 0 bis 5.

14 Glossar

BEGRIFF	BEDEUTUNG
AI Search	Sammelbegriff für die Nutzung KI-gestützter Such- und Antwortsysteme wie ChatGPT, Copilot oder Perplexity zur Informationssuche
GEO (Generative Engine Optimization)	Strategische Disziplin, Inhalte und digitale Signale so aufzubereiten, dass KI-Systeme sie verstehen, einordnen und als Quelle berücksichtigen können
Entity	Eindeutig identifizierbarer Gegenstand, etwa Unternehmen, Marke, Person, Leistung oder Standort, den Systeme von anderen unterscheiden können
Structured Data, Schema.org	Maschinenlesbare Auszeichnung von Inhalten nach einem gemeinsamen Vokabular
Crawlbarkeit, Indexierbarkeit	Technische Voraussetzung, dass Suchsysteme Seiten abrufen und in ihren Bestand aufnehmen können
Zitierfähigkeit	Eigenschaft eines Inhalts, aufgrund von Klarheit, Eigenständigkeit und Quellenqualität als Quelle genutzt werden zu können
Share of Voice	Anteil, den eine Marke an Erwähnungen und Empfehlungen in einem definierten Themenfeld im Vergleich zu Wettbewerbern hat
Prompt-Set	Definierte Menge an Fragen, die wiederholt an KI-Systeme gestellt wird, um die Präsenz in Antworten zu messen
Thought Leadership	Positionierung durch eigenständige fachliche Aussagen, Modelle und Daten, die von Dritten aufgegriffen werden

15 Autor und Herausgeber

Konzeption und methodische Verantwortung: **Mag. (FH) Michael Bernold, MSc**, openbrain GmbH.

openbrain GmbH · Zero2Five Framework · Oktober 2026