

KI verändert die Spielregeln der Sichtbarkeit: Warum guter Content allein nicht mehr ausreicht und wo das eigentliche Problem liegt

München, 14.04.2026: Der Einfluss von KI-Systemen auf die Informationssuche wächst rasant. Für Unternehmen entsteht dadurch eine neue Herausforderung: Sichtbarkeit entsteht nicht mehr allein durch Inhalte.

„Viele Unternehmen haben bereits reagiert und investieren verstärkt in Content“, sagt Dr. Aly Sabri. „Was jedoch oft übersehen wird: KI-Systeme benötigen mehr als Inhalte, um Marken korrekt einzuordnen.“



Dr. Aly Sabri, CSO & Co-Founder

Wenn Inhalte nicht mehr ausreichen

Anders als klassische Suchmaschinen liefern KI-Systeme keine linkbasierten Ergebnislisten, sondern direkte Antworten und Empfehlungen. Dabei bewerten sie nicht nur einzelne Inhalte, sondern deren Zusammenhang und Einordnung.

Genau hier entsteht für viele Unternehmen ein Problem.

Obwohl Inhalte vorhanden sind, fehlt häufig die übergreifende Struktur, die diese Inhalte überhaupt erst als zusammenhängendes Gesamtbild erkennbar macht.

Eine strukturelle Herausforderung

Die Konsequenz: Marken werden von KI-Systemen teilweise nicht berücksichtigt. Nicht aufgrund mangelnder Inhalte, sondern aufgrund fehlender Zusammenhänge.

„Die entscheidende Frage ist nicht mehr nur, was ein Unternehmen kommuniziert“, sagt Bernhard Liebl. „Sondern ob diese Informationen für KI als zusammenhängendes Gesamtbild erkennbar sind.“

planned adressiert die strukturelle Ebene

Das Unternehmen planned setzt genau an diesem Punkt an. Im Mittelpunkt steht nicht die weitere Optimierung einzelner Inhalte, sondern die Ebene darunter. Also die Bereitstellung einer strukturellen Grundlage, auf der Inhalte aufeinander aufbauen und miteinander verknüpft sind.

Ziel ist es, Marken so zu organisieren, dass sie von KI-Systemen:

- verstanden
- korrekt eingeordnet
- und in Antworten berücksichtigt werden

Neue Anforderungen an Markenführung

Damit verschiebt sich der Fokus im Marketing:

- von der reinen Content-Produktion
- hin zur systematischen Organisation von Wissen

Diese Entwicklung könnte langfristig verändern, wie Unternehmen ihre Marken aufbauen und steuern.

Ein neuer Ansatz im entstehenden Markt

planeed positioniert sich in diesem Kontext mit einem Ansatz, der über klassische Content- & SEO-Strategien hinaus geht. Im Zentrum steht die Frage, wie Marken strukturell so aufgebaut werden können, dass sie im Kontext von KI-Systemen sichtbar bleiben.

The 4 Eras Model

Era	Interface	Competition	Success Metric
Website Era	Browser	Design & Content	Website visits
Search Era	Search Engine	Rankings	Clicks
Answer Era	AI Systems	Inclusion in Answers	Mentions / Recommendations
Semantic Era	Meaning Graphs	Correct Interpretation	Authority

planeed

Zwischen dem, was Unternehmen veröffentlichen, und dem, was KI-Systeme tatsächlich verstehen, besteht eine strukturelle Lücke.

„Wir sehen hier eine grundlegende Erweiterung bestehender Marketingansätze“, sagt Sabri. „Inhalte bleiben wichtig, aber ohne Struktur entfalten sie ihr Potenzial nicht.“

Für weitere Informationen besuchen Sie gerne planeed.app oder kontaktieren Sie uns unter hello@planeed-app.com.

Zeichen (mit Leerzeichen) 2.711

Über planeed

planeed ist ein Technologieunternehmen mit Fokus auf strategische Markenkommunikation im Kontext von KI-getriebener Informationsverarbeitung. Die Plattform unterstützt Unternehmen dabei, ihre Inhalte und Themen in strukturierte Wissensarchitekturen zu überführen und ihre Sichtbarkeit in AI-basierten Systemen zu stärken. planeed wurde 2022 von Dr. Aly Sabri und Bernhard Liebl, MSc, gegründet und hat seinen Hauptsitz in München.

Gerne stellen wir Ihnen weitere Informationen zu unseren Pressemitteilungen zur Verfügung. Kontaktieren Sie uns einfach direkt:

planeed GbR

Watzmannstr. 1a
81541 München

Pressekontakt

Bernhard Liebl

E-Mail: hello@planeed-app.com

Mobile: +49 170 290 290 4



SEMANTIC BRAND ARCHITECTURE

www.planeed.app

Follow us on Social Media

[Facebook](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#)