

Die KI versteht den deutschen Maschinenbau. Sie findet ihn nur nicht.

Wie 34 deutsche Weltmarkt- und Nischenführer in ChatGPT, Gemini, Claude und Perplexity gefunden, verstanden und empfohlen werden.

34WELTMARKT- UND
NISCHENFÜHRER**4**KI-SYSTEME LIVE
ABGEFRAGT**4.032**ABFRAGEN AM 7.-8.
SEPTEMBER 2026**57,4**DURCHSCHNITTLICHER
VISIWING SCORE

MESSUNG 7.-8. SEPTEMBER 2026

**4.032 Abfragen an vier Systeme.
Eine Branche im Zerrspiegel.**

KI-SICHTBARKEIT IN 90 SEKUNDEN

Muss ich mich dafür überhaupt interessieren?

Wenn potenzielle Kunden KI fragen, **welcher Anbieter zu ihrem Problem passt**, dann ja.



DIE EINFACHE DEFINITION

AI Visibility beschreibt, ob eine KI Ihr Unternehmen findet, richtig versteht, auf belastbare Quellen stützt und bei einer relevanten Frage tatsächlich empfiehlt.

Wann ist das besonders relevant?

Vor allem dann, wenn Produkte erklärungsbedürftig sind, Anbieter verglichen werden, Käufer eine Vorauswahl treffen oder Ihr Unternehmen in einer klaren Nische gegen größere Marken antritt.

Der Bericht behauptet nicht, dass KI klassische Suche ersetzt. Er untersucht eine zusätzliche Ebene der digitalen Sichtbarkeit.

DIE UNTERSUCHUNG IN 60 SEKUNDEN

Sechs Befunde, die das Bild drehen.

78,4**Die KI versteht.**

Verständnis ist die stärkste Säule. Wenn Systeme ein Unternehmen kennen, ordnen sie Produkt und Markt meist gut ein.

46,4**Sie findet schlecht.**

Auffindbarkeit ist die schwächste Säule. Technischer Zugang und maschinenlesbare Selbstauskunft bleiben lückenhaft.

10,4%**Nur jedes zehnte Zitat ist „von Ihnen“.**

Von 26.368 sichtbaren Quellenzitaten stammen 10,4 % von der jeweiligen Unternehmensdomain.

29/34**Maschinenlesbarkeit fehlt.**

Bei 29 Unternehmen werden Lücken bei llms.txt, APIs oder strukturierten Daten erfasst.

27/34**ROI bleibt unsichtbar.**

Bei 27 Unternehmen fehlen in den Befunden Informationen zu Preis, ROI oder Wirtschaftlichkeit.

13/34**Crawler werden blockiert.**

13 Unternehmen weisen mindestens einen der geprüften KI-Crawler ab. Ein Sichtbarkeitsnachteil ist in dieser Messung nicht erkennbar.

DER KERN DES REPORTS

Der deutsche Maschinenbau hat kein primäres Verständnisproblem. Er hat ein Zugangs-, Quellen- und Empfehlungsproblem.

WAS GENAU GEMESSEN WIRD

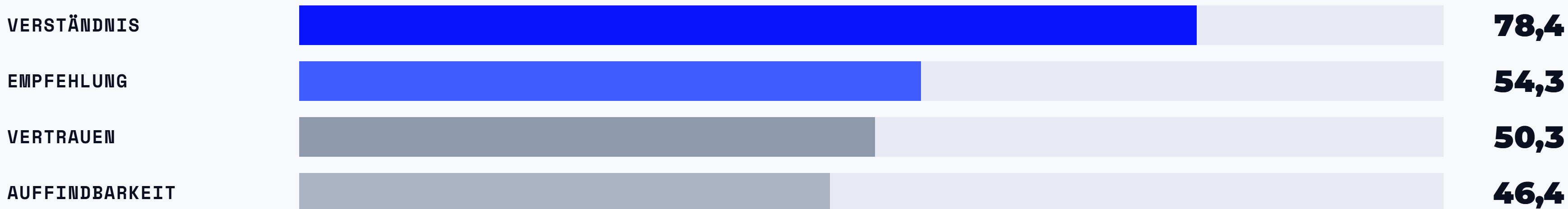
Vier Fragen entscheiden, ob eine KI Sie als Anbieter „sieht“.

01	Auffindbarkeit: Findet die KI Sie? Kann sie relevante Inhalte technisch erreichen? Gibt es Sitemap, strukturierte Daten, lesbaren Text und maschinenlesbare Informationen?	46,4 FELDSCHNITT
02	Verständnis: Versteht die KI, was Sie tun? Erkennt das System Unternehmen, Produkte, Leistungen, Zielgruppen und Anwendungsfelder korrekt?	78,4 FELDSCHNITT
03	Vertrauen: Worauf stützt sich die Antwort? Kommt das Wissen von Ihrer Website, aus Fachquellen, Verzeichnissen, Bewertungsportalen oder anderen Dritten?	50,3 FELDSCHNITT
04	Empfehlung: Werden Sie ausgewählt? Werden Sie nur erwähnt, neutral verglichen oder aktiv empfohlen, und an welcher Position in der Antwort?	54,3 FELDSCHNITT

61,8**Erwähnungsindex:** Wie oft fällt der Unternehmensname bei relevanten Marktfragen?**34,8****Empfehlungsindex:** Wie häufig entstehen aus den Fragen aktive Empfehlungen?

DER GROSSE ABSTAND

32 Punkte zwischen „verstanden“ und „auffindbar“.



Durchschnittswerte der vier Säulen über 34 Unternehmen. Index 0–100.

93 SICK erreicht den höchsten Verständniswert im Feld.

81 Pepperl+Fuchs erzielt den höchsten Auffindbarkeitswert.

10 TURCK liegt am unteren Ende der Auffindbarkeit.

WAS HEISST DAS FÜR MICH?

Eine bekannte Marke kann in KI-Systemen präsent sein, **ohne den eigenen Informationsraum gut zu kontrollieren.**
Bekanntheit und Steuerbarkeit sind nicht dasselbe.



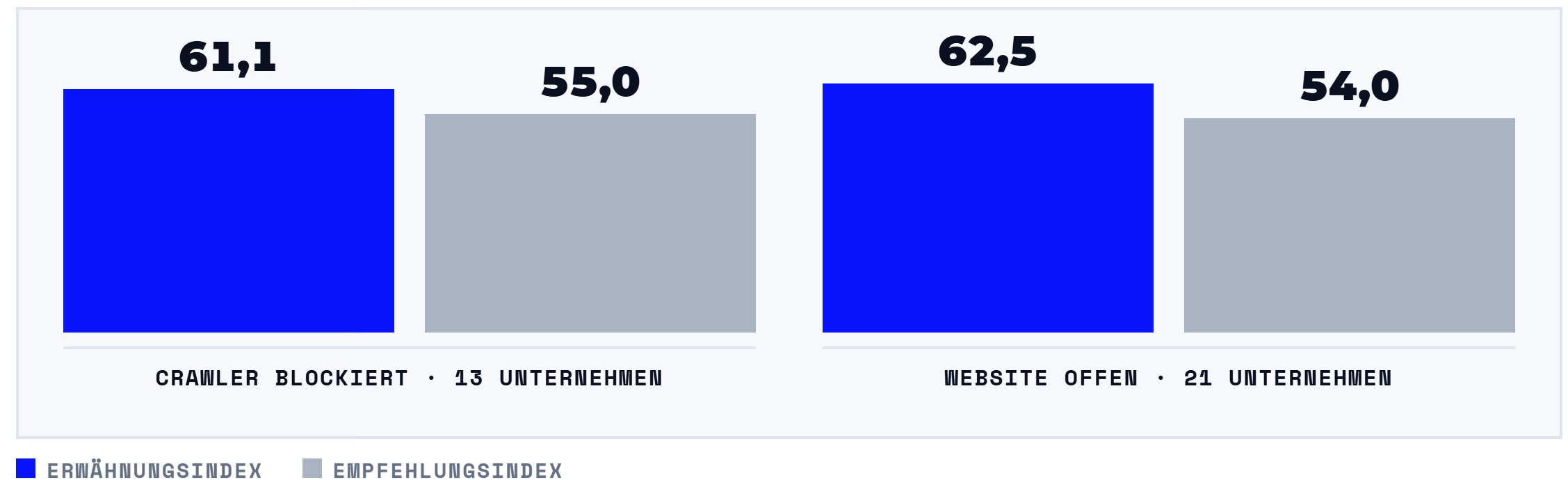
SÄULE 01

Auffindbarkeit

Feldschnitt 46,4 — die schwächste der vier Säulen.

DER PARADOXE BEFUND

13 Unternehmen blockieren KI-Crawler und sind trotzdem sichtbar.



Kein Entwarnungssignal

KI-Systeme kennen Unternehmen aus Training, Suchindizes und Verzeichnissen. Eine Bot-Sperre führt dazu, dass andere Quellen wichtiger werden als die eigene Website.

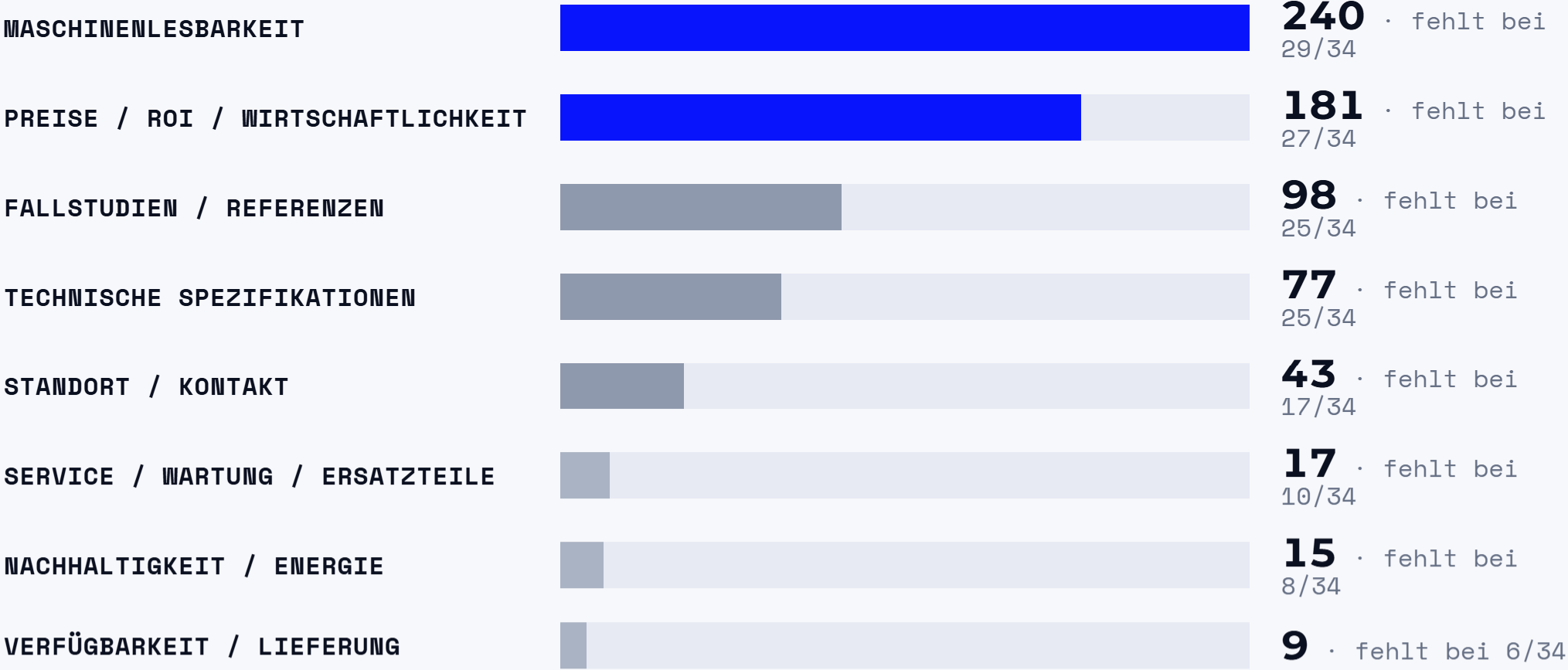
Und die Website selbst?

Neun der 13 betroffenen Startseiten liefern ohne JavaScript weniger als 310 Zeichen Text. Für Systeme, die nicht vollständig rendern, ist das extrem wenig.

„Wer den Crawler aussperrt, wird nicht zwingend unsichtbar. Er kann aber unsteuerbarer werden.“

DIE KI VERSTEHT, ABER IHR FEHLEN ENTSCHEIDUNGSDATEN

1.014 Lücken. Fast 30 pro Unternehmen.



Erfasste Inhalts- und Informationslücken (Einzelbefunde).

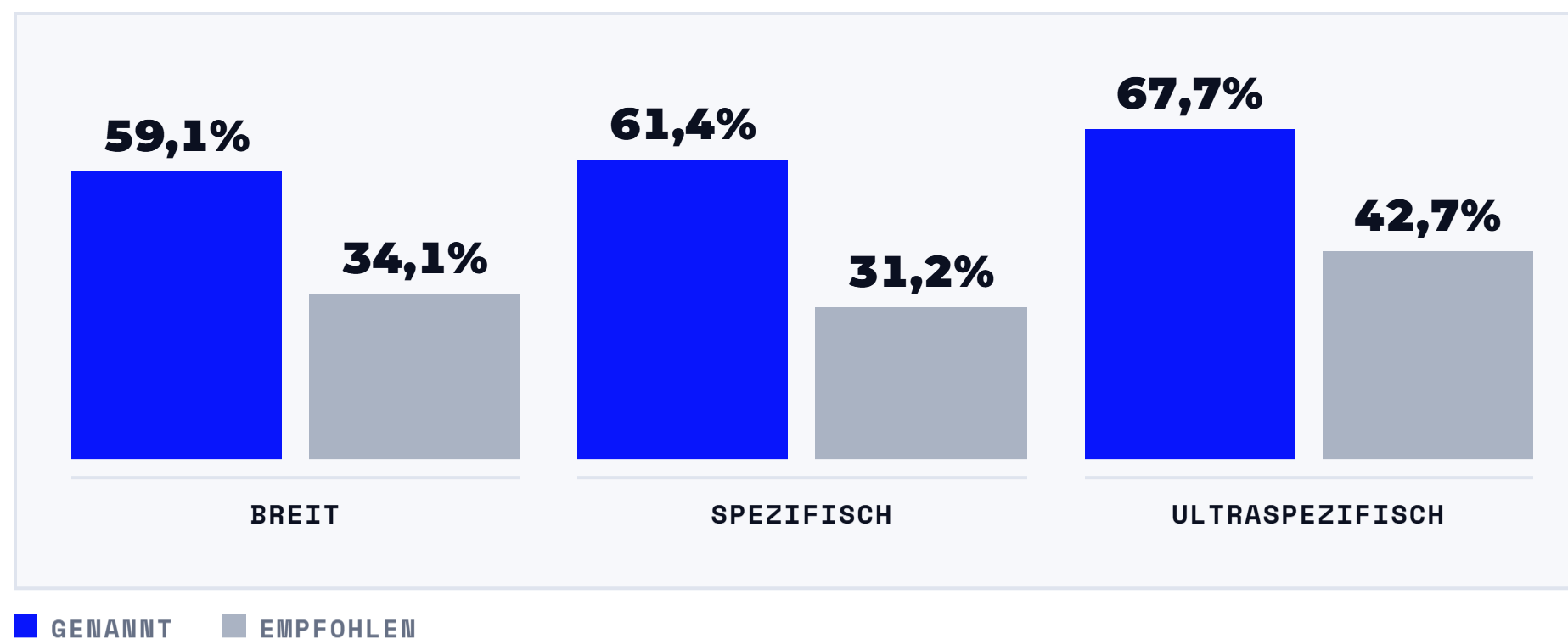
Am häufigsten fehlen maschinenlesbare Informationen.
Direkt danach folgen Informationen zu **Preis, ROI und Wirtschaftlichkeit**.

IN EINFACHER SPRACHE

Die KI weiß oft, was Sie verkaufen. Sie findet aber zu selten Material dafür, warum sich ein Käufer gerade für Sie entscheiden sollte.

JE KONKRETER DIE FRAGE, DESTO BESSER DIE CHANCE

Der Spezialist gewinnt, sobald die KI die Nische richtig benennt.



89,6%

Empfehlungsrate von **ebm-papst**, wenn das Unternehmen genannt wird. Der Erwähnungsindex liegt bei 48.

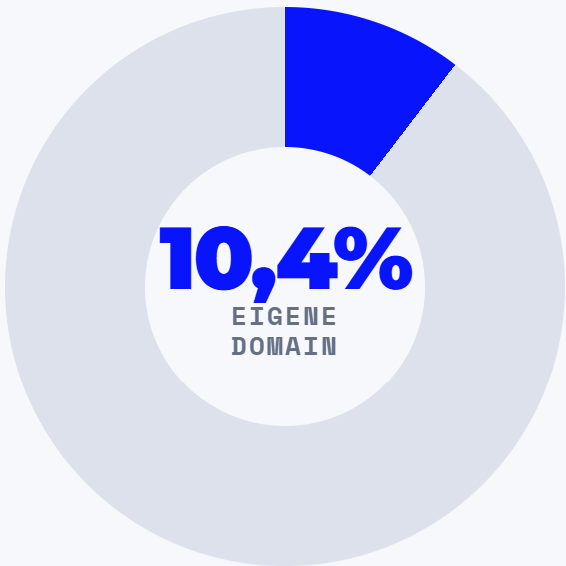
18,8%

Empfehlungsrate der **KION Group** innerhalb ihrer Nennungen. Der Erwähnungsindex liegt bei 16.

„Eine klar benennbare Nische ist für eine KI leichter zuzuordnen als ein sehr breiter Leistungsbegriff.“

WER ERZÄHLT DER KI, WER SIE SIND?

Nur 10,4 % der sichtbaren Zitate kommen von der eigenen Domain.



Von 26.368 sichtbaren Quellenzitaten entfallen 2.749 auf die Domain des jeweils untersuchten Unternehmens. Die übrigen knapp 90 % kommen aus externen Quellen.

HÄUFIGSTE EXTERNE QUELLEN · ZITATE

wlw.de		918
kununu.com		391
industrystock.de		275
de.wikipedia.org		271
chemie.de		244
induux.de		238
directindustry.de		226
automation-list.com		203
europages.de		185

Sichtbare Zitate von Gemini und Perplexity.

DER ÜBERRASCHENDSTE BEFUND

kununu.com ist mit 391 Zitaten die zweitmeistzitierte externe Quelle.

WENN SIE SELBST SCHWEIGEN, SPRECHEN ANDERE

Die meisten zitierten Quellen sind leicht zugänglich, nicht unbedingt besonders autoritativ.

90,9%

ohne besondere Autorität

Der größte Teil der Zitate stammt aus Quellen, die in der Analyse keiner hohen Autoritätsklasse zugeordnet wurden.

7,1%

mittlere Autorität

Nur ein kleiner Teil entfällt auf mittlere Autorität.

2,0%

hohe Autorität

Fachpresse, Hochschulen, Verbände oder Normung spielen in der Stichprobe nur eine geringe Rolle.

Die Systeme teilen ihre Quellen kaum.

Nur 13,7 % der zitierten Quellen werden von mehr als einem untersuchten System verwendet. Das spricht gegen die Vorstellung eines einzigen, einheitlichen „KI-Index“.

OFFENE HYPOTHESE

Verzeichnisse werden nicht bewusst bevorzugt. Plausibler: **Sie sind leichter maschinenlesbar.**

BEKANNT SEIN REICHT NICHT

Erwähnung und Empfehlung sind zwei verschiedene Spiele.



Erwähnungsindex vs. Empfehlungsrate. Hilfslinien bei den Feldwerten 61,8 und 61,0.

SICK: sehr präsent, selten empfohlen.

Verständniswert 93, Erwähnungsindex 85. Die Empfehlungsrate innerhalb der auswertbaren Nennungen liegt bei 5,9 %.

ebm-papst: seltener präsent, dann sehr stark.

Erwähnungsindex 48. Wenn das Unternehmen genannt wird, liegt die Empfehlungsrate bei 89,6 %.

„Wer nur Nennungen zählt, misst Bekanntheit.“

VIER MUSTER STATT EINER RANGLISTE

Erwähnung und Empfehlung ergeben eine Matrix.

Bekannt und empfohlen 4

häufig genannt, häufig empfohlen

	ERW.	EMPF.
Trumpf	93,0	87,1
igus	90,0	80,0
Beckhoff	89,0	77,5
Herrenknecht	86,0	84,9

Das Ziel. Diese Unternehmen stehen in der Antwort und werden darin ausgewählt.

Laut ohne Wirkung 3

häufig genannt, selten empfohlen

	ERW.	EMPF.
Koenig & Bauer	87,0	27,9
SICK AG	85,0	5,9
M. WEINIG	73,0	50,7

Der teuerste Fall. Die Bekanntheit ist da und wird nicht eingelöst.

Stiller Favorit 2

selten genannt, dann fast immer empfohlen

	ERW.	EMPF.
ebm-papst	48,0	89,6
wenglor	21,0	72,2

Wer es in die Antwort schafft, gewinnt sie meistens. Hier liegt der größte Hebel.

Noch nicht im Relevant Set 7

selten genannt, selten empfohlen

	ERW.	EMPF.
TURCK	48,0	28,6
HARTING	45,0	48,9
ifm electronic	35,0	22,2
Leuze	32,0	22,6
Senvion	32,0	0,0
KION Group	16,0	18,8
Dürr	15,0	41,7

Diese Unternehmen kommen in der Kaufrecherche kaum vor.

18 der 34 Unternehmen liegen im Mittelfeld und tragen deshalb keine Bezeichnung. Durchschnittlich in beiden Werten ist nicht dasselbe wie auffällig in einem.

WARUM A UND NICHT B

Zwei Paare aus demselben Markt, zwei gegensätzliche Ergebnisse.

Ventilatoren: Technik macht auffindbar, nicht empfehlenswert

	ZIEHL - ABEGG	EBM - PAPST
Erwähnungsindex	83,0	48,0
Empfehlungsindex	54,2	89,6
VISIWING Score	70	50
Auffindbarkeit	65	37
gefundene Artefakte	4	2
llms.txt vorhanden	ja	nein
eigene Domain zitiert	77 %	45 %

Ziehl-Abegg ist technisch besser vorbereitet: vier Artefakte gegen zwei, eine llms.txt, in 77 statt 45 Prozent der Fälle wird die eigene Domain zitiert. Das zählt auf die Erwähnung ein, nicht auf die Empfehlung. Wer in der Antwort steht, wird nicht wegen seiner Sitemap empfohlen.

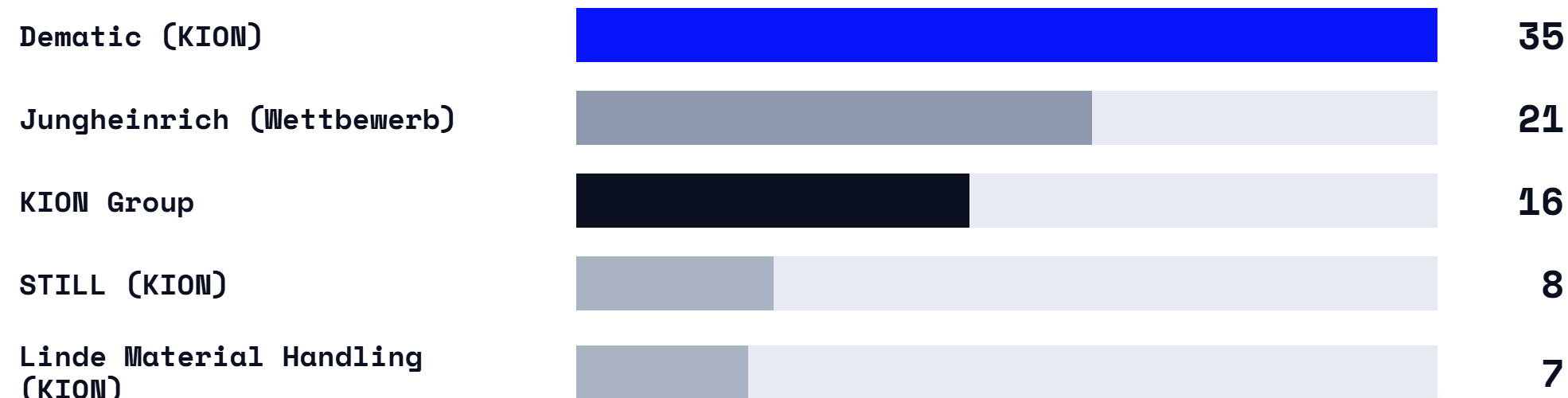
Sensorik: am besten verstanden, am seltensten empfohlen

	SICK AG	BALLUFF
Erwähnungsindex	85,0	46,0
Empfehlungsindex	5,9	60,9
Verständnis	93	80
Empfehlung (Säule)	46	62
gefundene Artefakte	1	4
llms.txt vorhanden	nein	ja
abgewiesene KI-Crawler	0	3

SICK hat den höchsten Verständnismwert des Feldes und wird in 85 von 100 Marktfragen genannt. Balluff wird in 46 genannt, sperrt alle drei KI-Crawler aus und wird in 60,9 Prozent dieser Nennungen empfohlen. SICK in 5,9.

MARKENARCHITEKTUR

Die Tochter ist sichtbarer als die Mutter.



Nennungen in 100 Marktfragen an vier KI-Systeme. Dematic und Linde Material Handling gehören zur KION Group.

WAS DAS HEISST

Wer nach Intralogistik fragt, bekommt Dematic. Wer eine Dachmarke optimiert, während der Markt die Tochtermarken kennt, verbessert am falschen Objekt.

6

gefundene technische Artefakte, der höchste Wert des Feldes — inklusive OpenAPI und MCP-Konfiguration.

79 / 87

Auffindbarkeit und Verständnis, beide über dem Feldschnitt.

16,0

Erwähnungsindex: letzter Platz unter 34 Unternehmen.



EINE KI IST NICHT „DIE KI“

Gemini nennt mehr Anbieter als Perplexity. Einzelne Marken fallen komplett aus.



Durchschnittlicher Erwähnungsindex je System.

DER PRAXISFEHLER

„Ich habe unsere Firma einmal in ChatGPT eingegeben und das sah gut aus“ ist kein belastbarer Sichtbarkeitstest.

TOTALAUSFÄLLE • NENNUNGEN JE SYSTEM

	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY	CLAUDE
ifm electronic	48	48	44	0
wenglor	8	40	36	0
Leuze electronic	0	40	40	48
KlingeLe	0	48	52	0

Die Systeme nutzen unterschiedliche Quellenbestände und Antwortlogiken. Eine Messung muss mehrere Engines, mehrere Fragen und künftig Wiederholungen je Frage umfassen.

VIER SÄULEN, VIER SIEGER

Kein Unternehmen führt in mehr als einer Disziplin.

AUFFINDBARKEIT

Kommt die KI an die Informationen?

81

Pepperl+Fuchs

2. KION Group (79)
Feldschnitt 46,4
Schlusslicht TURCK (10)

VERSTÄNDNIS

Erfasst sie korrekt, was das Unternehmen tut?

93

SICK AG

2. Leuze electronic (90)
Feldschnitt 78,4
Schlusslicht TURCK (42)

VERTRAUEN

Aus welchen Quellen spricht sie?

63

igus

2. Herrenknecht (62)
Feldschnitt 50,3
Schlusslicht Senvion (18)

EMPFEHLUNG

Wird das Unternehmen ausgewählt?

70

KAESER

2. Ziehl-Abegg (67)
Feldschnitt 54,3
Schlusslicht Phoenix Contact (34)

94,0

Höchster Erwähnungsindex: **fischer**.

89,6

Höchster Empfehlungsindex: **ebm-papst**.

Den Gesamtindex führen **Jungheinrich** und **Ziehl-Abegg** mit je 70 Punkten an. Beide sind in keiner einzelnen Säule Erster: Sie verlieren nirgends deutlich.

Kein Siegerpokal, sondern ein Diagnosefeld.

	UNTERNEHMEN	VISIWING SCORE	VIWI	AUF	VER	VERT	EMP	ERN	EMPF
01	Jungheinrich		70	77	81	56	64	59,0	59,3
02	Ziehl-Abegg		70	65	86	61	67	83,0	54,2
03	Balluff		68	71	80	58	62	46,0	60,9
04	Pepperl+Fuchs		68	81	87	54	50	50,0	60,0
05	igus		68	59	86	63	62	90,0	80,0
06	KAESER		67	63	76	60	70	91,0	63,7
07	Herrenknecht		66	62	87	62	55	86,0	84,9
08	KION Group		65	79	87	46	48	16,0	18,8
09	Koenig & Bauer		65	58	87	61	55	87,0	27,9
10	SICK AG		65	68	93	52	46	85,0	5,9
11	WAGO		64	65	86	55	49	54,0	36,0
12	wenglor sensoric		64	59	83	54	58	21,0	72,2
13	Trumpf		63	47	83	55	66	93,0	87,1
14	SCHUNK		62	44	90	54	60	67,7	83,6
15	fischer		62	57	72	60	57	94,0	52,7
16	HOMAG		61	37	86	60	62	92,0	68,1
17	Klingele		61	57	80	57	50	25,0	54,2

**Auf = Auffindbarkeit, Ver = Verständnis,
Vert = Vertrauen, Emp = Empfehlung.**

	UNTERNEHMEN	VISIWIN SCORE	VIWI	AUF	VER	VERT	EMP	ERM	EMPF
18	Dürr		60	57	83	46	55	15,0	41,7
19	Beckhoff Automation		57	27	87	61	52	89,0	77,5
20	Krones		56	27	87	52	58	55,0	69,1
21	Pilz		55	28	80	54	58	64,0	64,1
22	Rittal		55	27	80	53	60	66,3	73,8
23	BITZER		54	31	78	50	59	75,0	58,7
24	Leuze electronic		54	27	90	52	48	32,0	22,6
25	MICHAEL WEINIG		54	39	79	54	45	73,0	50,7
26	Weidmüller		53	27	83	47	56	71,0	47,9
27	ebm-papst		50	37	77	54	34	48,0	89,6
28	ifm electronic		50	49	73	37	42	35,0	22,2
29	Phoenix Contact		48	27	80	51	34	84,5	62,3
30	LAPP		46	36	54	28	64	65,0	54,7
31	MULTIVAC		45	24	65	32	58	68,0	66,2
32	HARTING		40	24	55	28	52	45,0	48,9
33	Senvion		34	30	42	18	44	32,0	0,0
34	TURCK		30	10	42	24	46	48,0	28,6

VON DER ANALYSE ZUR PRAXIS

Was sollte ein Industrieunternehmen jetzt konkret prüfen?

01 • FRAGEN

Welche Fragen stellen potenzielle Kunden?

Nicht den Firmennamen testen. Reale Markt-, Produkt- und Auswahlfragen formulieren: „Welcher Anbieter ...?“, „Welche Lösung eignet sich ...?“

04 • QUELLEN

Was erzählen Dritte über Sie?

Branchenverzeichnisse, Fachquellen, Partnerseiten, Lexika und Bewertungsportale als Teil des Informationsraums behandeln.

02 • ZUGANG

Kann die KI Ihre Informationen überhaupt lesen?

Serverseitigen Text, Sitemap, robots.txt, strukturierte Daten und maschinenlesbare Inhalte prüfen. JavaScript-Abhängigkeit sichtbar machen.

05 • MEHRERE SYSTEME

Nicht nur ChatGPT testen.

Gemini, Claude und Perplexity können deutlich andere Anbieter nennen. Sichtbarkeit muss systemübergreifend beobachtet werden.

03 • ENTSCHEIDUNG

Gibt es genug Material für eine Empfehlung?

Referenzen, technische Spezifikationen, Anwendungsgrenzen, ROI, Wirtschaftlichkeit, Service und Vergleichskriterien klar verfügbar machen.

06 • WIEDERHOLEN

Eine Antwort ist kein Trend.

Generative Systeme variieren. Einzeltests sind Momentaufnahmen. Wiederholungsmessungen und Konfidenzintervalle erhöhen die Belastbarkeit.

DER SINNVOLLSTE ERSTE SCHRITT

Testen Sie nicht „Kennt die KI uns?“, sondern: „Bei welchen echten Kundenfragen werden wir genannt oder empfohlen, und warum?“

TRANSPARENZ IST TEIL DES ERGEBNISSES

Was gemessen wurde und was nicht.

Erhebung

34 Unternehmen aus dem VISIWING Panel, gemessen am 7. und 8. September 2026. Je Unternehmen 30 Fragen an ChatGPT, Gemini, Perplexity und Claude. 4.032 Läufe, davon 3 ohne Antwort.

Grenzen

Eine Messung je Frage und System, keine Wiederholung. Keine Zeitreihen, keine gesicherten Aussagen über kleine Unterschiede. Die Auswahl ist theoriegeleitet und nicht repräsentativ.

Fragen

25 Marktfragen ohne Markennamen und 5 Markenfragen. Nur Marktfragen fließen in Erwährungs- und Empfehlungsindex ein.

Drei korrigierte Messfehler

Fünf Panels maßen zunächst das falsche Unternehmen; ein Ausfall der Signalklassifikation wurde als „nicht empfohlen“ gezählt; Phoenix Contact erforderte eine manuelle Bereinigung.

Quellen

ChatGPT und Claude lieferten in dieser Messung keine Quellenangaben. Die Quellenanalyse beschreibt daher Gemini und Perplexity.

Kontrollrechnung

Unternehmen mit methodischen Einschränkungen lagen im Erwährungs- und Empfehlungsindex nahe bei den übrigen. Ihr Ausschluss verschiebt den Gesamtschnitt nicht wesentlich.

Warum wir Fehler veröffentlichen: Der Bericht dokumentiert auch einen scheinbar starken Zusammenhang ($r = +0,69$), der nach einer Kontrollrechnung auf $r = +0,02$ zusammenfiel. Das zeigt, wie leicht in jungen Messfeldern ein Artefakt wie ein Befund aussieht.

WAS BLEIBT?

Die KI kennt viele deutsche Industrieunternehmen schon.

Die Frage ist, wer ihr Bild von ihnen prägt.

Die stärkste Säule ist das Verständnis. Die schwächste ist die Auffindbarkeit. Nur 10,4 % der sichtbaren Quellenzitate stammen von der jeweiligen Unternehmensdomain. Und hohe Bekanntheit führt nicht automatisch zu einer Empfehlung.

„Versteht die KI, warum gerade Ihr Unternehmen die richtige Antwort sein könnte, und besitzt sie genügend belastbare Informationen, um Sie tatsächlich zu empfehlen?“

SUGGESTED CITATION

VISIWING (2026): AI Visibility Index 2026 – Branchenbericht Industrie. Messung 7.–8. September 2026, 34 Unternehmen, 4.032 KI-Läufe. Berlin: VISIWING.