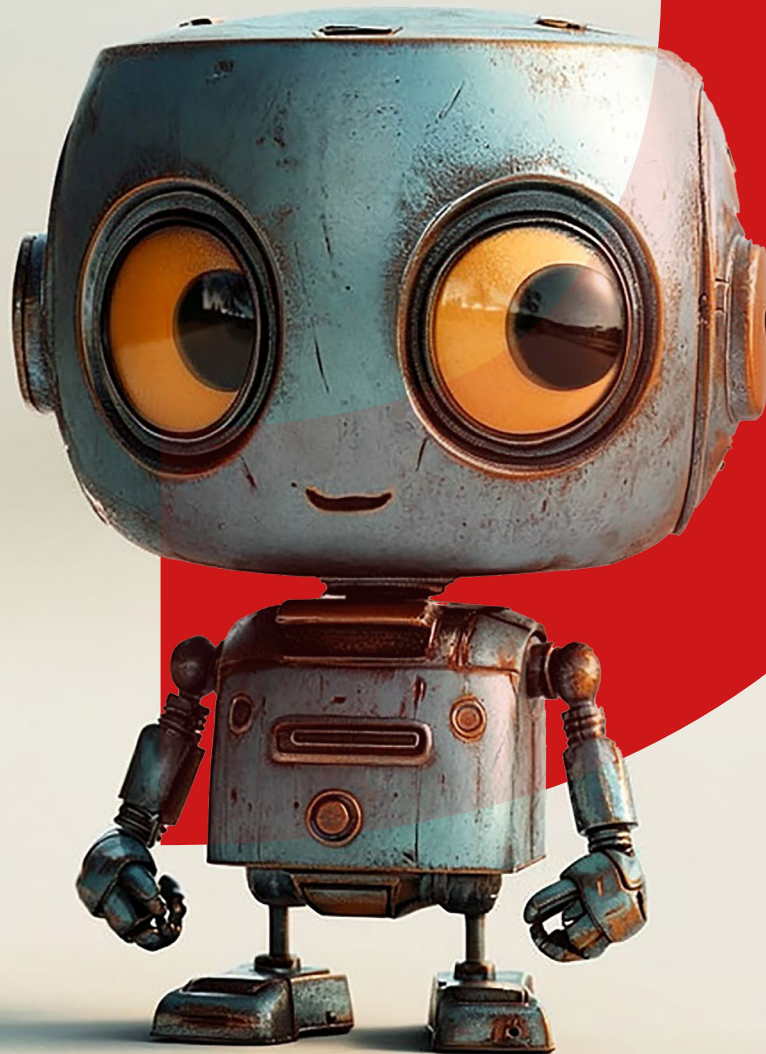


WAS SIND **GROUNDING PAGES?**

Jeder spricht davon, jedoch wie wichtig sind diese? Und helfen sie mir, dass meine Seite im KI-Dschungel besser gefunden wird?

Ein Beitrag von Gabriele Förster | foerster fotografie & werbung



limportant

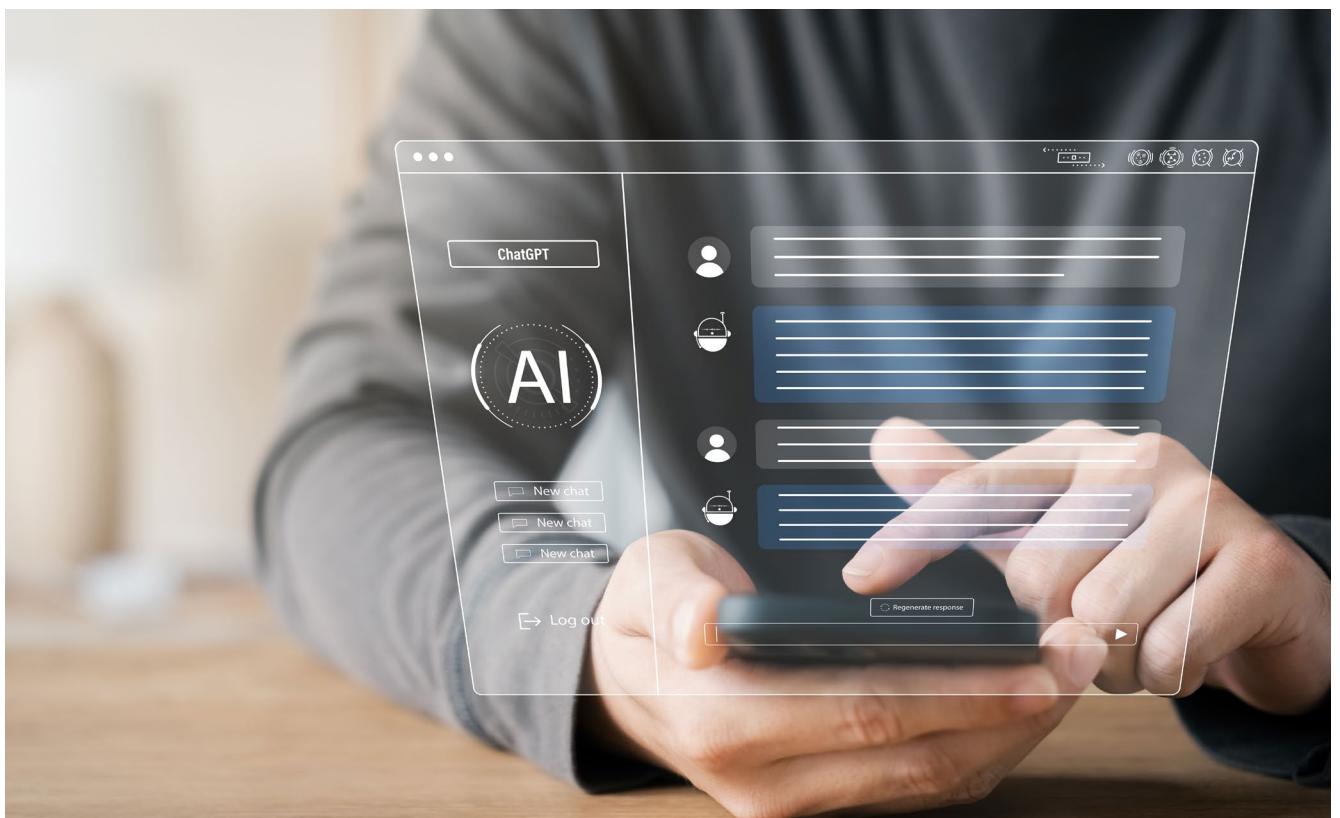
Wissenswertes über die KI-Sichtbarkeit!

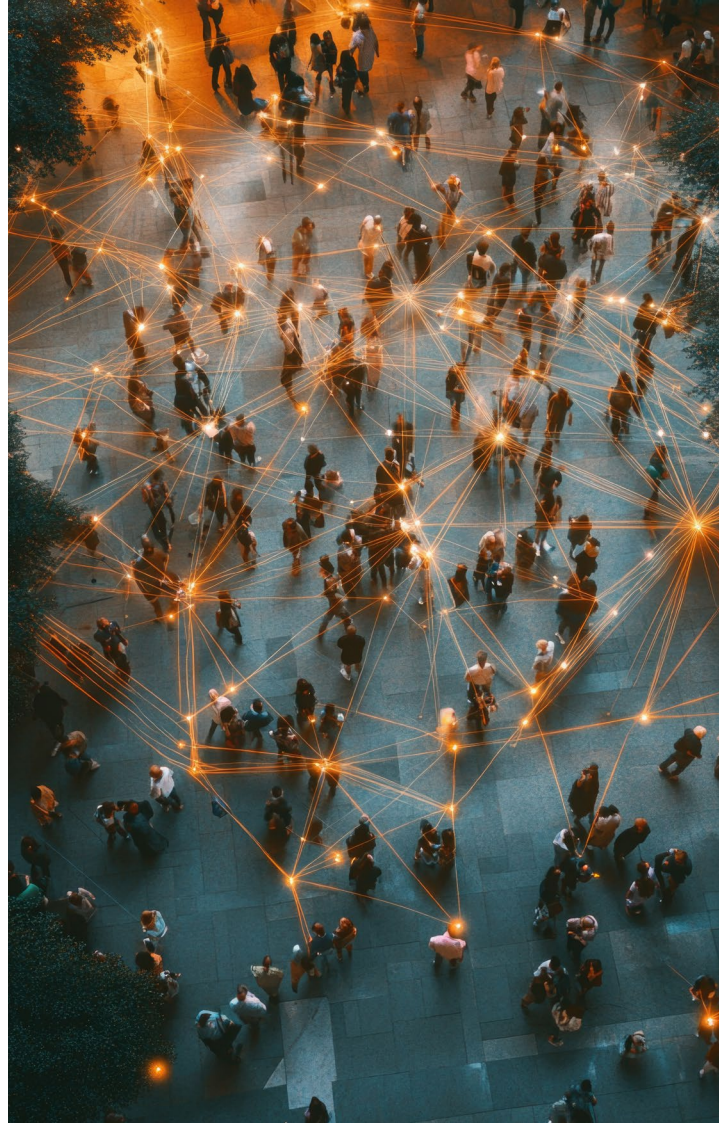
KI- Auffindbarkeit

Wird Ihre Webseite von
ChatGPT, Google KI & Co.
überhaupt gefunden?

Wenn wir heute etwas wissen wollen, fragen wir
nicht mehr nur Google.

Viele Menschen tippen ihre Fragen inzwischen auch bei
ChatGPT, Perplexity oder anderen KI-Assistenten ein – und
Google selbst zeigt immer häufiger KI-Antworten direkt über den
Suchergebnissen.





Con- tent

- 04** Was sind Grounding Pages?
Grounding Pages einfach erklärt
- 05** Was hat sich geändert?
Klassisches SEO vs. KI-Suche
- 07** Der Aufbau
Wie sieht eine Grounding Page aus?
- 09** Die Vorteile
Was Grounding Pages wirklich bringen
- 10** Die Nachteile
Nachteile und Grenzen
- 11** Aus der Praxis
Wie Unternehmen davon profitieren
- 12** Sechs Schritte
Sechs Schritte für die Umsetzung
- 13** Meine Meinung
Meine Ansicht
- 14** Meine Agentur
Wie ich zu Grounding Pages gekommen bin

Grounding Pages einfach erklärt

Stellen Sie sich eine Grounding Page wie eine kleine „Steckbrief-Seite“ zu Ihrem Unternehmen vor – so ähnlich wie ein Wikipedia-Eintrag, nur auf Ihrer eigenen Website.

Auf dieser Seite stehen die wichtigsten Fakten über Ihr Unternehmen, zum Beispiel:

- Wer Sie sind
- Was Sie genau anbieten
- In welcher Region Sie arbeiten
- Für wen Ihr Angebot gedacht ist
- Seit wann es Ihr Unternehmen gibt
- Wodurch Sie sich von ähnlich klingenden Firmen unterscheiden

Diese Seite ist bewusst sachlich geschrieben – ohne Marketingfloskeln.

Es geht nicht darum, zu werben oder zu verkaufen, sondern darum, klare und überprüfbare Informationen bereitzustellen – für Menschen und für KI-Systeme wie ChatGPT, Perplexity, Google Gemini und die KI-Antworten in der Google-Suche.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Wenn bestimmte Fakten über Ihr Unternehmen im Netz nirgends sauber stehen, muss eine KI die Lücken selbst füllen – und dann passieren Fehler: falscher Standort, falsche Schwerpunkte oder Ihr Unternehmen wird gar nicht erst erwähnt.

Eine Grounding Page bietet dafür einen zentralen, gut strukturierten Anlaufpunkt. Sie hilft KI-Systemen dabei,

- Ihr Unternehmen eindeutig zu erkennen,
- es nicht mit Namensvettern zu verwechseln und
- Sie überhaupt als vertrauenswürdige Quelle „auf dem Radar“ zu haben.

Was sind Grounding Pages?

Was hat, sich geändert?

Klassisches SEO vs. KI-Suche

Klassisches SEO (Suchmaschinenoptimierung) bleibt wichtig.

Die Suchmaschinenoptimierung sorgt dafür, dass Ihre Seiten grundsätzlich von Google gefunden und gut eingeordnet werden – etwa durch passende Texte, technische Sauberkeit und externe Verlinkungen.

Neu ist: Auch die Suche selbst wird immer „künstlich intelligenter“.

Google zeigt mit der generativen Suche bzw. „AI Overviews“ zunehmend Antworten an, die aus mehreren Quellen zusammengesetzt sind.

Andere Systeme wie ChatGPT oder Perplexity machen im Grunde dasselbe: Sie sammeln Fakten und formulieren daraus eine fertige Antwort.

Klassisches SEO		KI-SEO (AI-SEO)
Keyword-Optimierung		Entity-Optimierung
Rankings in Suchergebnissen		Erwähnung in KI-Antworten
Backlinks & Domain Authority	VS.	Semantische Stabilität
Click-Through-Rate		Zitierungsrate durch KI
On-Page SEO / Meta-Tags		Grounding Pages & JSON-LD

Abb. 1: Gegenüberstellung klassisches SEO und KI-SEO – unterschiedliche Optimierungsziele



Der Unterschied lässt sich so zusammenfassen:

- Früher: „Welche Seite passt am besten zu diesem Suchwort?“
- Heute: „Welche Fakten passen zu dieser Frage – und wie baue ich daraus eine Antwort?“

Wenn dabei zu Ihrem Unternehmen nichts Eindeutiges zu finden ist, landen Sie nicht in der Antwort der KI – auch wenn Ihre Website existiert.

GROUNDING PAGES SETZEN GENAU HIER AN:

Sie liefern die nötigen, sauberen Fakten über Ihr Unternehmen, damit KI-Systeme und die KI-Sicht von Google Sie sicher erkennen und korrekt einbauen können.

REIFEGRAD DER OPTIMIERUNGSEBENEN (EINSCHÄTZUNG 2026)

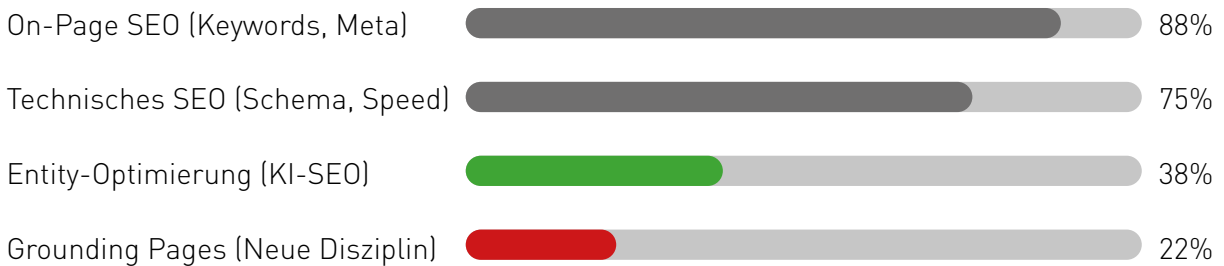


Abb. 2: Marktreife der verschiedenen SEO-Disziplinen – Grounding Pages bieten noch großen First-Mover-Vorteil

Der Aufbau'

Wie sieht eine Grounding Page aus?

Eine gute Grounding Page folgt einem einfachen, gut nachvollziehbaren Aufbau.

TYPISCHE BESTANDTEILE SIND:

- **HEADER:**
Ihr Unternehmensname und eine klare Einordnung
(zum Beispiel: „Handwerksbetrieb für Tischlerarbeiten in Berlin“).
- **STABILE DEFINITION**
Eine kurze, genaue Beschreibung in ein bis zwei Sätzen. Was machen Sie – ohne Werbesprache, ohne Ausschmückung.
- **CLEAR DISTINCTION**
Eine Klarstellung, was Sie ausdrücklich NICHT sind? Zum Beispiel: „Nicht zu verwechseln mit der XY GmbH in München.“
- **KERN FAKTEN**
Die wichtigsten Fakten in übersichtlicher Form, wie zum Beispiel Gründungsjahr, Standorte, Kernleistungen, Zielgruppen, Rechtsform usw.
- **FAQ SEKTION**
Beantwortung der häufigsten Fragen, die Ihre Kunden stellen inklusive kurzen und direkten Antworten.
- **JSON LD**
Im Hintergrund zusätzlich strukturierte Daten, damit Suchmaschinen und KI die Fakten technisch sauber auslesen können – das übernimmt in der Regel Ihre Agentur oder Ihr Webentwickler.
- **FOOTER LINK**
Ein gut sichtbarer Link zur Grounding Page, zum Beispiel im Footer neben Impressum und Datenschutz, damit Crawler sie zuverlässig finden.

Wichtig: Grounding Pages sind keine „versteckten“ Metadaten, sondern ganz normale Unterseiten mit eigener Adresse (z. B. /facts/ oder /unternehmen/fakten/), die jeder im Browser öffnen kann.

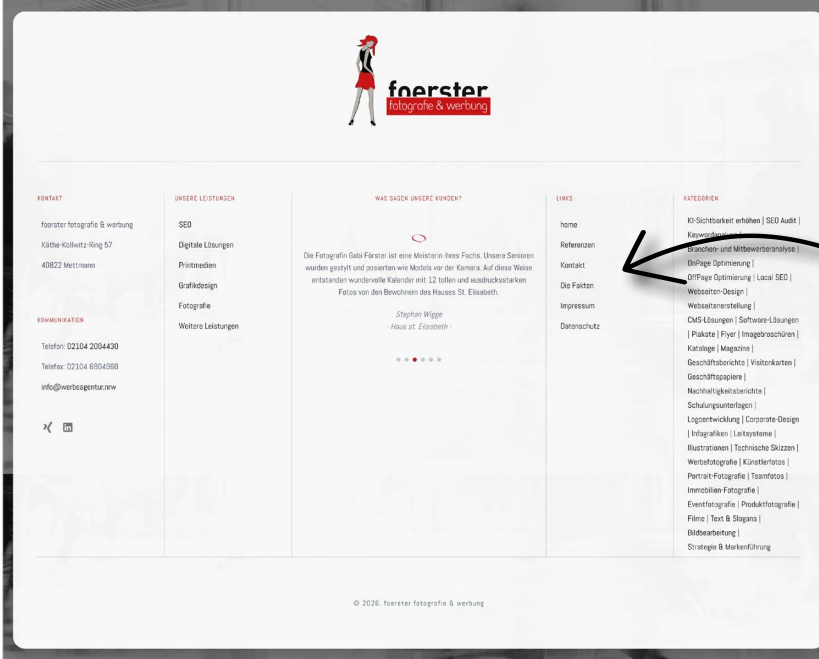
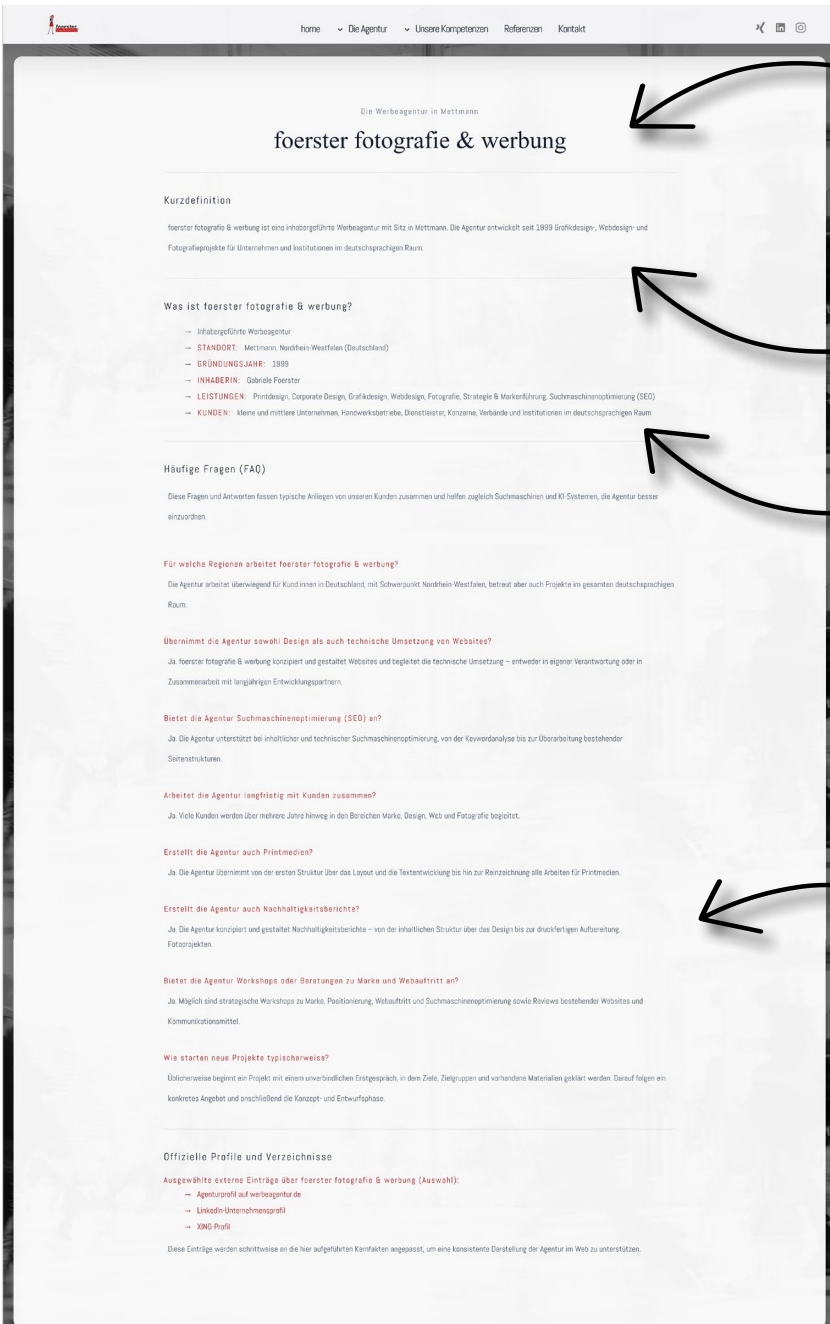


Abb.3: Aufbau einer Grounding Page
<https://werbeagentur.nrw/werbeagentur/fakten/>



Was Grounding Pages wirklich bringen

Die Wirkung von Grounding Pages zeigt sich vor allem mittel- und langfristig.

Es geht weniger um den nächsten Schnellschuss im Ranking, sondern um die Kontrolle darüber, wie Ihre Marke digital verstanden wird.

WICHTIGE VORTEILE IM KLARTEXT

- **WENIGER VERWECHSLUNGEN**
KI-Systeme können Ihr Unternehmen besser von anderen mit ähnlichem Namen unterscheiden.
- **WENIGER FEHLER IN ANTWORTEN**
Durch eine klare Faktenbasis sinkt das Risiko, dass KI Sie an einen falschen Standort setzt oder Ihnen Leistungen zuschreibt, die Sie gar nicht anbieten.
- **BESSERE CHANCEN, ERWÄHNT ZU WERDEN**
In Praxistests wurden neue, bisher unbekannte Domains nach wenigen Wochen in KI-Antworten zitiert, obwohl sie kaum Verlinkungen hatten – allein, weil ihre Fakten sehr sauber aufbereitet waren.
- **GUT VORBEREITET FÜR KI-SUCHE UND RAG-SYSTEME**
Viele moderne Suchsysteme arbeiten nach dem Prinzip, erst passende Dokumente zu finden und dann daraus eine Antwort zu generieren (Retrieval-Augmented Generation). Grounding Pages sind genau für diesen Einsatzfall gemacht.
- **STÄRKUNG IHRES KLASSISCHEN SEO**
Wenn Google und andere Suchmaschinen besser verstehen, wer Sie sind und wofür Sie stehen, erleichtert das auch die Einordnung Ihrer übrigen Seiten – ein Pluspunkt für Sichtbarkeit und Vertrauen.

Die Vorteile

Nachteile und Grenzen

Grounding Pages sind kein Zaubertrick, der über Nacht alle Probleme löst.

Wer sie ohne Konzept einsetzt, wird enttäuscht sein.

Einige Punkte, die Sie wissen sollten:

- **KEIN SOFORT MESSBARER „KICK“**
Es gibt selten einen klaren „Heute online, morgen doppelt so viele Anfragen“-Moment. Die Effekte sind eher schleichend und mittel- bis langfristig.
- **ABHÄNGIGKEIT VON EXTERNEN QUELLEN**
Eine Grounding Page ist die Behauptung – andere Seiten im Netz sind der Beweis. KI-Systeme vertrauen externen Quellen oft mehr als Ihrer eigenen Selbstdarstellung.
- **PFLEGEAUFWAND BEI VERÄNDERLICHEN FAKTEN**
Preise, Teamgrößen, Jahreszahlen und ähnliche Angaben müssen aktuell gehalten werden, sonst entsteht eher Verwirrung.
- **TEIL EINER GRÖßEREN STRATEGIE, KEIN ERSATZ**
Grounding Pages ersetzen weder gute Inhalte noch ehrliche Markenkommunikation, sondern ergänzen diese.
- **MEHRSPRACHIGKEIT**
Viele KI-Systeme sind stark englisch geprägt. Für international tätige Unternehmen kann es sinnvoll sein, Grounding Pages auch in Englisch anzubieten.

Meine wichtigste Erfahrung aus Projekten:



Die Grounding Page ist der zentrale Faktenanker – aber erst, wenn Verzeichnisse, Fachportale, Profile und andere externe Quellen dieselben Fakten bestätigen, entsteht echte Wirkung.

Die Nachteile

Aus der Praxis

Wie Unternehmen davon profitieren

In Kundenprojekten zeigt sich immer wieder ein ähnliches Muster: Der Aufwand für die erste Grounding Page ist überschaubar, der Hebel für KI-Sichtbarkeit jedoch beachtlich.

HANDWERKSBETRIEB Tischlerei Hoffmann	<p>PROBLEM: Google & KI nannten den Betrieb nicht bei lokalen Anfragen trotz jahrelangem SEO.</p> <p>LÖSUNG: Grounding Page /facts/ mit Entity-Definition, Leistungen, Region, FAQ + JSON-LD Schema.</p> <p>ERGEBNIS: Nach 4 Wochen: Perplexity zitiert den Betrieb bei „Tischler Berlin Möbelbau“ – ohne neue Backlinks.</p>
KANZLEI / BERATUNG Rechtsanwaltskanzlei Meyer & Partner	<p>PROBLEM: ChatGPT verwechselte die Kanzlei mit gleichnamigen Mitbewerbern – Halluzination des Standorts.</p> <p>LÖSUNG: Entity-Page mit klarer Distinction: „Was die Kanzlei NICHT ist“ + stabile Fakten-IDs per JSON-LD.</p> <p>ERGEBNIS: KI-Antworten werden konsistenter: richtiger Standort, korrekte Schwerpunkte, keine Verwechslung mehr.</p>
E-COMMERCE / NICHE Onlineshop NaturHarz	<p>PROBLEM: In KI-Produktempfehlungen unsichtbar – Mitbewerber mit identischem Angebot werden genannt.</p> <p>LÖSUNG: Grounding Pages pro Produktkategorie + Segment-Zuweisung + Volatile-Fact-Hygiene für Preise.</p> <p>ERGEBNIS: Share of Voice in ChatGPT & Google AIO +15 % über 2 Monate – konsistent über verschiedene Query-Typen.</p>

Abb.4: Projekterfahrungen – Herausforderung, Lösung und Ergebnis aus der Praxis

In all diesen Projekten war der Ablauf ähnlich: Die erste Grounding Page war in wenigen Stunden erstellt, und schon kleine Anpassungen an den Fakten führten zu deutlich besserer Auffindbarkeit in KI-Antworten. Im Verhältnis zu vielen klassischen SEO-Maßnahmen ist das ein sehr gutes Aufwand-Nutzen-Verhältnis.

Sechs Schritte für die Umsetzung

Aus meiner täglichen Arbeit im Webdesign hat sich ein einfacher Ablauf bewährt, den wir für unsere Kunden standardmäßig nutzen:

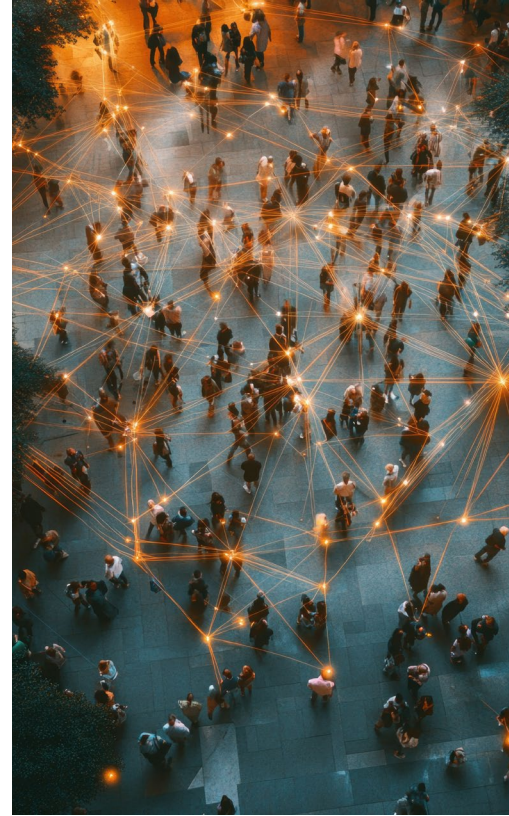
1. **WICHTIGE EINHEITEN (ENTITIES) FESTLEGEN**
Welche Marken, Produkte, Personen oder Dienstleistungen sollen besonders stabil in KI-Antworten auftauchen?
2. **GROUNDING PAGE ANLEGEN**
Eine eigene Unterseite mit sprechender Adresse (z. B. /facts/ oder /unternehmen/fakten/) und klar strukturierten Fakten.
3. **STRUKTURIERTE DATEN ERGÄNZEN**
Die gleichen Informationen zusätzlich in technischer Form hinterlegen, damit Suchmaschinen und KI-Systeme sie leichter auslesen können.
4. **GUT SICHTBAREN LINK SETZEN**
Die Grounding Page im Footer oder an anderer zentraler Stelle verlinken – ähnlich wie Impressum und Datenschutz.
5. **EXTERNE QUELLEN ANPASSEN**
Branchenverzeichnisse, Fachportale, Presseartikel, Social-Media-Profile und andere Erwähnungen so aktualisieren, dass sie dieselben Fakten wiedergeben.
6. **REGELMÄSSIGE AKTUALISIERUNG EINPLANEN**
Veränderte Angaben (Preise, Mitarbeiterzahl, Jahreszahlen etc.) mit Datum versehen und bei Bedarf anpassen – idealerweise mit einer festen Routine.



Sechs Schritte

Meine Ansicht

Grounding Pages sind keine Revolution, sondern eine konsequente Weiterentwicklung guter Webarbeit. Wer bisher schon Wert auf klare, ehrliche Inhalte und eine saubere Struktur gelegt hat, ist gedanklich bereits sehr nah dran.



Der große Unterschied liegt in der Absicht:



Wir schreiben nicht nur für Menschen, die eine Seite lesen, sondern auch für Systeme, die aus vielen Seiten Antworten „bauen“.

Aus meiner Sicht fügen sich drei Ebenen zu einem Ganzen:

- **CORPORATE DESIGN** definiert, wie Ihre Marke aussieht.
- **KLASSISCHES SEO** sorgt dafür, dass Sie in Suchmaschinen auftauchen.
- **GROUNDING PAGES** helfen, dass KI-Systeme Ihre Marke korrekt verstehen und wiedergeben.

Was ich Unternehmen empfehle:

- **FRÜH ANFANGEN**
Auch kleine Unternehmen profitieren – der Vorsprung für frühe Umsetzer ist real.
- **REALISTISCH BLEIBEN**
Grounding Pages sind eine Langzeitstrategie, keine Abkürzung zu „mehr Umsatz über Nacht“.
- **OFF-SITE MITDENKEN**
Externe Erwähnungen sind genauso wichtig wie die Seite selbst – nur im Zusammenspiel entsteht Vertrauen.
- **REGELMÄSSIGE PFLEGE EINPLANEN**
Veraltete Informationen können mehr schaden als nützen, besonders in sensiblen Branchen.
- **MESSBARKEIT EINRICHTEN**
Es gibt Spezialtools und Monitoring-Ansätze, mit denen sich beobachten lässt, wie oft Ihre Marke in KI-Antworten vorkommt.

Die KI-Suche ist kein kurzfristiger Trend, sondern verändert dauerhaft, wie Menschen Informationen finden – und wie Unternehmen gefunden werden. Grounding Pages sind ein pragmatisches Werkzeug, um in dieser neuen Realität sichtbar und korrekt dargestellt zu bleiben.

Meine
Meinung

Wie ich zu Grounding Pages gekommen bin

Grounding Pages sind für mich keine Mode, sondern die nächste Stufe dessen, was ich seit den AltaVista-Zeiten mache: Informationen sortieren, Klarheit schaffen und dafür sorgen, dass Unternehmen verstanden und gefunden werden – heute auch von KI-Systemen.

Als ich Ende der 1990er Jahre mit Suchmaschinenoptimierung gearbeitet habe, haben wir Verzeichnisse gepflegt und Texte so strukturiert, dass sie überhaupt eine Chance hatten, gefunden zu werden. Im Kern ging es schon damals um dieselbe Frage: Wie finden Menschen das, was zu ihnen passt?

Später kamen Google, Webanalyse und Content-Management-Systeme dazu. Mein Team und ich haben Logos gestaltet, Webseiten aufgebaut und Broschüren erstellt und immer wieder erlebt, wie wertvoll es ist, wenn ein Unternehmen klar erzählen kann, wer es ist und wofür es steht.

Wir schreiben nicht nur für Menschen, die eine Seite lesen, sondern auch für Systeme, die aus vielen Seiten Antworten bauen. Und wir stehen mit KI erst am Anfang – wer seine Fakten heute klärt, bleibt morgen sichtbar.

Die KI-Suche ist für mich deshalb keine völlig neue Welt, sondern ein nächster Schritt auf dem Weg, wie wir Informationen auffindbar machen. Systeme wie ChatGPT oder Google KI kreieren Antworten aus dem, was sie im Netz über ein Unternehmen finden. Fehlen klare Fakten, raten sie – und dann entstehen die bekannten „Halluzinationen“. Grounding Pages bündeln das, was ich ohnehin seit Jahren tue: Inhalte sortieren, Fakten prüfen, Struktur schaffen – in einer Form, die Menschen und KI-Systeme verstehen.

Vielleicht haben Sie jetzt Lust bekommen, Ihre eigene Sichtbarkeit im Web und in der KI-Suche genauer anzuschauen. Ich unterstütze Sie dabei – mit klar aufgebauten Webseiten, solider Suchmaschinenoptimierung, aussagekräftigen Broschüren und Grounding Pages, die Ihre Fakten bündeln. Ich freue mich auf neue Herausforderungen!

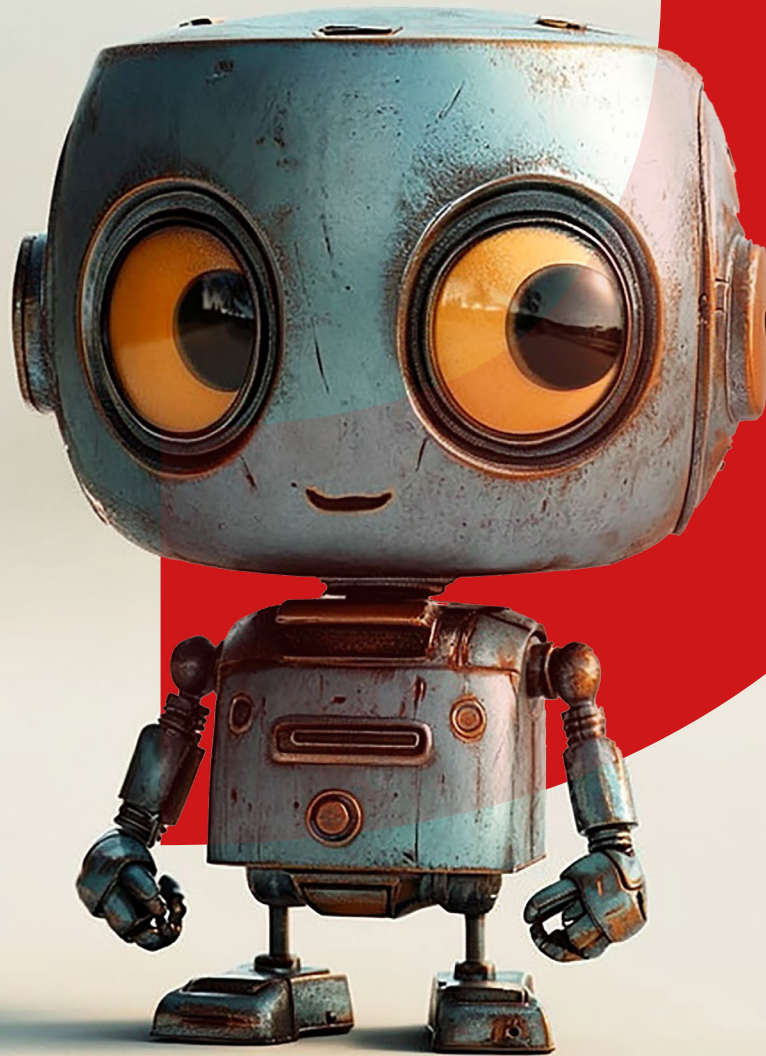


**Meine
Agentur**

Eine Information der Werbeagentur

*foerster fotografie & werbung
Gabriele Förster
Käthe-Kollwitz-Ring 57
40822 Mettmann*

*T 02104 200 44 30
info@werbeagentur.nrw
www.werbeagentur.nrw*



Important
Wissenswertes über die KI-Sichtbarkeit!