

KI verstehen.

Digitale Sichtbarkeit sichern.

Marke stärken.

Künstliche Intelligenz verändert, wie Menschen online nach Produkten und Leistungen suchen, Entscheidungen treffen und Marken wahrnehmen. Dieses Whitepaper fasst die zentralen Erkenntnisse unseres Online-Meetings kompakt zusammen – ohne Hype, ohne technischen Ballast, sondern mit klarem Fokus auf Nutzen, Sichtbarkeit und Markenwert. Unser Ansatz dabei ist klar: Wir verstehen KI nicht als Selbstzweck oder

Rationalisierungsinstrument, sondern als Werkzeug zur Stärkung von Marken, zur Entlastung von Teams und zur gezielten Wertschöpfung. Ziel dieses Whitepapers ist es, Orientierung zu geben und aufzuzeigen, wie KI sinnvoll eingesetzt werden kann, wenn Strategie, Inhalte, Identität und Menschen zusammengedacht werden.

1. Was ist KI?

KI ist keine menschliche Intelligenz, sondern eine Technologie. Sie arbeitet mit Daten, erkennt Muster und berechnet Wahrscheinlichkeiten. Richtig eingesetzt wird sie zu einem starken Werkzeug – falsch verstanden bleibt sie austauschbar.

- KI denkt nicht – Sie versteht Inhalte nicht, sondern erkennt statistische Zusammenhänge und wählt die wahrscheinlichste Variante.
- Generative KI – Erzeugt Texte und Antworten auf Basis vorhandener Daten – sie erfindet nichts Neues.
- LLM (Large Language Model) – Das sprachliche Kernmodell hinter KI-Chats, das Sprache strukturiert und generiert.
- Technologie, kein Produkt – Mehrwert entsteht erst durch den richtigen Kontext: Inhalte, Marke, Organisation und klare Anwendungsfälle.

Mehrwert für Ihr Unternehmen:

Ein realistisches KI-Verständnis schützt vor falschen Erwartungen. Unternehmen, die KI als Werkzeug begreifen, treffen bessere Entscheidungen, investieren gezielter und setzen die Technologie dort ein, wo sie tatsächlich Wirkung entfaltet – für Effizienz, Orientierung und langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

Ohne inhaltliche Klarheit wird KI beliebig. Ohne klaren Anwendungsfall bleibt KI ein Spielzeug.

2. KI Search – von Rankings zu Antworten

KI-basierte Suchsysteme liefern keine Linklisten mehr, sondern formulieren Antworten. Sichtbarkeit entsteht dadurch, in relevanten Antworten vorzukommen – nicht durch reine Platzierungen.

- Antworten statt Rankings – KI entscheidet, welche Inhalte sie zitiert, zusammenfasst und ausspielt.
- GEO (Generative Engine Optimisation) – Inhalte so aufbereiten, dass KI sie versteht, einordnet und als relevant bewertet.
- Kontext & Vertrauen – KI bewertet Klarheit, Konsistenz und Glaubwürdigkeit stärker als Keywords.
- Qualität vor Quantität – Substanz schlägt Masse – inhaltliche Tiefe wird zum Erfolgsfaktor.

WERBEZIMMER

Mehrwert für Ihr Unternehmen:

Unternehmen, die in KI-Antworten sichtbar sind, werden früher wahrgenommen und häufiger gewählt. Das steigert Reichweite, Direktanfragen und Buchungen – und stärkt gleichzeitig die Markenautorität in einem Umfeld, in dem klassische Rankings an Bedeutung verlieren.

3. Die Website als Corporate Content-Hub

Die Website ist die zentrale Wissensquelle für KI-Systeme. Sie liefert die Inhalte, auf die KI Search, KI Chats und zukünftige Anwendungen zugreifen.

- Zentrale Datenbasis – Alle relevanten Inhalte liegen gebündelt, strukturiert und kontrollierbar vor.
- Bakehouse CMS – Ermöglicht laufende Pflege, Auswertung und gezielte Weiterentwicklung von Inhalten.
- Hoheit über Inhalte – Keine Abhängigkeit von externen Plattformen oder Blackboxes.
- Branding trifft KI – Klare Markenidentität sorgt für Wiedererkennbarkeit – auch in KI-Antworten.

Mehrwert für Ihr Unternehmen:

Eine strategisch aufgebaute Website wird zum Wachstumstreiber. Sie erhöht die Sichtbarkeit in KI-Systemen, stärkt das Vertrauen in die Marke und bildet die Grundlage für konsistente Kommunikation über alle Kanäle hinweg.

4. Bakehouse KI Chat – kontrollierte KI auf der Website

Der Bakehouse KI Chat ist ein intelligenter Website-Assistent, der Besucher:innen hilft, Informationen schnell und verständlich zu finden – auf Basis der echten Inhalte der Website.

- Kein Fremdttool – Teil des Bakehouse-Ökosystems – sicher, datensparsam und nachvollziehbar.
- Website-basiertes Wissen – Antwortet ausschließlich mit vorhandenen, geprüften Inhalten der Website.
- Human in the Loop – Unterstützt Nutzer:innen, ersetzt aber keine menschlichen Entscheidungen.
- Dashboard & Insights – Zeigt reale Fragen und macht inhaltliche Lücken sichtbar.

Mehrwert für Ihr Unternehmen:

Der KI Chat entlastet Teams, verbessert die Nutzererfahrung und macht Informationsbedürfnisse sichtbar. Er ist kein Sparinstrument, sondern ein Werkzeug zur Wertschöpfung: Mitarbeitende gewinnen Zeit für persönliche Betreuung, Beratung und Qualität. Gleichzeitig werden Inhalte kontinuierlich besser – für Besucher:innen, Suchmaschinen und KI-Systeme.

Unser Ansatz bei Werbezimmer:

Wir verstehen KI – und insbesondere den KI Chat – nicht als Instrument zur Reduktion von Mitarbeitenden.

Unser Verständnis von guter Unternehmensführung ist ein anderes: Es geht nicht darum, Menschen einzusparen, sondern darum, gute Mitarbeitende wertschöpfender einzusetzen. KI übernimmt einfache, wiederkehrende Aufgaben und schafft dadurch Zeit. Diese gewonnene Zeit ist kein Sparpotenzial, sondern ein Entwicklungspotenzial. Sie ermöglicht es, menschliche Kompetenz dort einzusetzen, wo sie den größten Mehrwert schafft – in Beratung, Beziehung, Qualität und Entscheidung.

WERBEZIMMER

Wir sehen KI nicht als Selbstzweck, sondern als Teil einer ganzheitlichen Markenstrategie. Technologie verstärkt, was bereits vorhanden ist. Deshalb verbinden wir KI mit klarer Identität, sauberer Struktur und relevanten Inhalten – für Marken, die auch in einer KI-geprägten Zukunft sichtbar, vertrauenswürdig und wirksam bleiben.

Kontakt & Ansprechperson

Werbezimmer

Brand Design Agentur

Christian Larcher

Sauersteinweg 1b

6522 Prutz

E-Mail: christian@werbezimmer.at

Tel.: +43 5472 28034 10

www.werbezimmer.at

WERBEZIMMER

Glossar – Zentrale Begriffe rund um KI, Suche & Website

Begriff	Erklärung	Wofür es wichtig ist
KI (Künstliche Intelligenz)	Technologie, die große Datenmengen analysiert, Muster erkennt und auf Basis von Wahrscheinlichkeiten Ergebnisse erzeugt. KI denkt und versteht nicht wie ein Mensch.	KI beeinflusst, wie Inhalte gefunden, verstanden und ausgespielt werden – und damit Sichtbarkeit, Entscheidungen und Markenwahrnehmung.
Generative KI	Form der KI, die Texte, Antworten oder Zusammenfassungen auf Basis vorhandener Daten erzeugt. Sie erfindet nichts Neues.	Sie verstärkt bestehende Inhalte. Gute Inhalte werden sichtbarer, schlechte Inhalte ebenfalls.
LLM (Large Language Model)	Großes Sprachmodell, das Sprache erkennt, strukturiert und generiert. Grundlage vieler KI-Chats.	LLMs entscheiden, welche Inhalte sprachlich sinnvoll erscheinen und in KI-Antworten verwendet werden.
KI Search	KI-basierte Suchsysteme wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity, liefern Antworten statt Ergebnislisten.	Sichtbarkeit entsteht dadurch, in relevanten Antworten vorzukommen – nicht nur durch Rankings.
GEO (Generative Engine Optimisation)	Optimierung von Inhalten für KI-Suchsysteme, damit diese Inhalte verstehen und korrekt ausspielen können.	Sichert die Sichtbarkeit von Unternehmen in generativen KI-Antworten.
SEO (Search Engine Optimisation)	Optimierung von Websites für klassische Suchmaschinen wie Google.	Bleibt wichtig, bildet die Basis, reicht allein aber nicht mehr aus.
Content-Hub	Zentrale Wissensquelle einer Marke, meist die Website.	Ohne klaren Content-Hub kann KI Inhalte nicht zuverlässig nutzen oder zuordnen.
Bakehouse CMS	Content-Management-System zur strukturierten Pflege, Auswertung und Weiterentwicklung von Inhalten.	Ermöglicht volle Kontrolle über Inhalte – eine zentrale Voraussetzung für KI-Strategien.
Bakehouse KI Chat	Website-integrierter KI-Chat, der ausschließlich mit den echten Website-Inhalten arbeitet und folgt dem Human-in-the-Loop-Prinzip.	Verbessert Orientierung, entlastet Teams und macht Informationsbedürfnisse sichtbar.
Human in the Loop	Prinzip, bei dem KI unterstützt, Entscheidungen aber beim Menschen bleiben.	Sichert Qualität, Verantwortung und Authentizität in der Markenkommunikation.
Brand Identity	Haltung, Sprache, Werte und Persönlichkeit einer Marke.	KI erkennt Konsistenz und Klarheit – starke Marken werden besser eingeordnet.
Brand Trust Signals	Vertrauenssignale wie Konsistenz, Präsenz in relevanten Kontexten und klare Inhalte.	Erhöhen die Wahrscheinlichkeit, in KI-Antworten berücksichtigt zu werden.
Dashboard (KI Chat)	Auswertung der gestellten Fragen und Nutzung des KI Chats.	Ermöglicht eine datenbasierte Optimierung des Contents -faktenbasiert statt nach Bauchgefühl.
Garbage in – Garbage out	Schlechte Inhalte führen zu schlechten KI-Ergebnissen.	Content-Qualität ist entscheidend für KI-Performance.
KI-Brand-Strategie	Ganzheitlicher Ansatz, der KI-Technologie und Markenstrategie verbindet.	Sichert langfristige Sichtbarkeit, Relevanz und Differenzierung der Marke.