

Das Ende der unsichtbaren Website

22.06.2026, 09:04 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Berger+Team*



btlabs Core - Gefunden werden. Von Menschen und von KI.

Warum kleine Unternehmen ihren Auftritt jetzt für die KI-Ära neu denken müssen

Suchmaschinen allein reichen nicht mehr. Wer morgen gefunden werden will, muss auch für Künstliche Intelligenz lesbar sein — ein Umdenken, das gerade für kleine Betriebe über Sichtbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit entscheidet.

Die Art, wie Menschen Unternehmen finden, verändert sich grundlegender als zu jedem Zeitpunkt seit der Erfindung der Suchmaschine. Immer mehr Kunden tippen ihre Frage nicht mehr bei Google ein und scrollen durch Treffer, sondern fragen einen KI-Assistenten — und bekommen **eine** Antwort. Für Unternehmen bedeutet das eine unbequeme Wahrheit: Wer in dieser einen Antwort nicht vorkommt, existiert für den Kunden nicht. Unabhängig davon, wie gut das Angebot tatsächlich ist.

Damit verschiebt sich der Maßstab für eine erfolgreiche Website. Jahrelang ging es darum, für Menschen hübsch und für Google auffindbar zu sein. Künftig kommt eine dritte Zielgruppe hinzu, die genauso wichtig wird: die Künstliche Intelligenz, die im Auftrag des Kunden recherchiert, vergleicht und empfiehlt. **Eine Website muss heute von Menschen und von Maschinen verstanden werden.** Wer diesen Wandel verschläft, riskiert, leise aus dem Sichtfeld seiner Kunden zu verschwinden.

Besonders kleine Unternehmen stehen unter Druck — und haben zugleich die größte Chance. Anders als Konzerne können sie sich keine Spezialisten-Teams für Suchmaschinen-Optimierung, Datenstrukturen und Datenschutz leisten. Genau hier entscheidet sich, ob der technische Vorsprung der Großen weiter wächst — oder ob das richtige Fundament den Mittelstand auf Augenhöhe bringt.

Was die Website der KI-Ära leisten muss

Aus Sicht von Fachleuten zeichnet sich ab, welche Eigenschaften künftig zum Standard werden — nicht als nette

Zusatzfunktion, sondern als Voraussetzung, um überhaupt sichtbar zu bleiben:

- **Maschinenlesbar von Grund auf.** Inhalte müssen strukturiert hinterlegt sein, damit Künstliche Intelligenz Firma, Standort, Öffnungszeiten, Leistungen und Bewertungen korrekt versteht — statt zu raten oder Konkurrenten zu empfehlen.
- **Auffindbar für KI, nicht nur für Google.** Neben der klassischen Suchmaschinen-Optimierung brauchen Websites maschinenlesbare Profile, über die KI-Assistenten verlässlich auf die **echten** Daten des Unternehmens zugreifen.
- **Selbst pflegbar und KI-unterstützt.** Wer auf jede Änderung tagelang auf eine Agentur warten muss, ist zu langsam. Künftig schreiben Unternehmen ihre Inhalte selbst — und lassen sich von KI helfen, ohne die Kontrolle abzugeben.
- **Mehrsprachig ohne Mehraufwand.** Wenn KI Sprachgrenzen mühelos überwindet, werden mehrsprachige Auftritte vom Luxus zur Selbstverständlichkeit.
- **Schnell, sicher und rechtlich sauber.** Tempo entscheidet über Sichtbarkeit, Sicherheit über Vertrauen, und Datenschutz über die rechtliche Existenz — gerade ohne eigene IT-Abteilung.
- **Lernend statt veraltend.** Die Website der Zukunft wertet ihre eigenen Daten aus, erkennt Lücken und wird mit der Zeit stärker, statt langsam zu verstauben.

Das eigentliche Umdenken: Datenhoheit

Mit der wachsenden Rolle der KI rückt eine Frage in den Mittelpunkt, die lange als Nebensache galt: Wem gehören die eigenen Daten? Wer seine Inhalte und Kundendaten fremden Plattformen überlässt, gibt im KI-Zeitalter sein wertvollstes Gut aus der Hand. Der kommende Standard heißt deshalb **Datenhoheit** — Inhalte, Statistiken und Kundendaten bleiben im Besitz des Unternehmens, datenschutzfreundlich und ohne Abhängigkeit von großen Konzernen.

„Wir erleben gerade den Übergang von der Website, die *gefunden* werden will, zur Website, die *verstanden* werden muss — von Mensch und Maschine gleichermaßen“, sagt Florian Berger. „Das ist keine Frage von ein paar neuen Funktionen, sondern ein grundlegendes Umdenken. Wer jetzt das richtige Fundament legt, spielt im KI-Zeitalter vorne mit. Wer wartet, wird unsichtbar.“

Ausblick

Der Wandel kommt nicht in Jahren, sondern in Monaten. Schon heute beeinflussen KI-Assistenten Kaufentscheidungen, Empfehlungen und Anfragen. Für kleine und mittlere Unternehmen ist das keine Bedrohung, sondern eine seltene Gelegenheit: Mit dem passenden Fundament können sie zum ersten Mal seit Langem technisch auf Augenhöhe mit den Großen agieren — sichtbar für Menschen und für die Künstliche Intelligenz, die immer öfter den ersten Eindruck vermittelt.

Berger+Team

Reichrieglerweg 17/3
39100 Bozen
Italien

FlorianBerger

+393461033556

info@berger.team

www.berger.team/

Portrait

Berger+Team ist ein in 2018 gegründetes Freelancer-Kollektiv aus Südtirol, das sich auf Branding, Webdesign, Online-Marketing, KI- und Digitalisierungsberatung spezialisiert hat. Anstatt einer klassischen Agenturstruktur setzt Berger+Team auf ein schmales Netzwerk unabhängiger Spezialisten, deren Expertise von Strategie und Design, über Text und SEO, bis hin zu Coding reicht. Ausgedrückt in Ihren Werten – Klartext, Datenhoheit und Partnerschaft auf Augenhöhe – hat Berger+Team sich dazu verpflichtet, Ihre Kunden in die Lage zu versetzen, die Vorteile der Digitalisierung zu nutzen, während sie gleichzeitig die Integrität und den Schutz der Kundendaten bewahren.

News-ID: 1315350 • Views: 76 (Stand: 02.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1315350/Das-Ende-der-unsichtbaren-Website.html>