

# **GEO-Tools im Vergleich**

**Was euer Stack schon kann – und wann ihr mehr braucht**

GEO Masterclass · Block: Tool-Landschaft · 60 Minuten

# Bevor wir starten: Disclosure

Ich baue mit **GEOLyze** selbst ein Tool in dieser Kategorie – deshalb kenne ich diesen Markt von innen.

Im folgenden Vergleich lasse ich es **bewusst draußen**.

Wer dazu Fragen hat: gerne in der Diskussionsrunde.

# Das Problem mit Tool-Listen

20+

GEO-Monitoring-Tools am Markt

\$300M+

Funding allein 2025/26 in dieser Kategorie

< 2 J.

Alter der meisten Plattformen

Die Tool-Liste von heute ist im Herbst veraltet.

**Das Prüfschema nicht.**

# Die Logik der nächsten 60 Minuten

- 0 · **Einordnen** — SEO vs. GEO: was bleibt, was sich ändert (2 min Brücke)
- 1 · **Messen** — Kommt AI-Traffic an? Und welche KPIs zählen jetzt? (GA4, kostenlos)
- 2 · **Bestand prüfen** — Was können Sistrix, Ahrefs & Semrush inzwischen? (Herzstück)
- 3 · **Methodik verstehen** — Welchem Score darf ich trauen? (Querschnitt)
- 4 · **Eskalieren** — Wann lohnen Spezialtools? (Peec, Deep & Co.)
- 5 · **Entscheiden** — Ein Entscheidungsbaum für euren Fall

# SEO vs. GEO – was die Tools verraten

## Was bleibt (das Fundament)

- ChatGPT & Perplexity suchen über den **Bing-Index**, AI Overviews bauen auf Google-Rankings
- Wer nicht rankt, wird nicht gelesen – und nicht zitiert
- Ahrefs erklärt AI-Zitierungen über den **Link-Index**: Autorität wirkt weiter
- Technik, Struktur, Crawlability: unverändert Pflicht

## Was sich ändert (die Währung)

- **Antworten statt Rankings**: Es gibt keine Position 3 in einer KI-Antwort
- **Nennung statt Klick**: Sichtbarkeit wirkt, auch wenn niemand klickt
- **Entitäten statt Keywords**: Marken & Quellen, nicht Suchbegriffe
- Antworten sind **volatil**: zwei Anfragen, zwei Ergebnisse

SEO bleibt die Eintrittskarte. **GEO ändert, womit gemessen wird.**

BLOCK 1 · 10 MIN

# Kommt überhaupt AI-Traffic?

GA4 zeigt es euch – aber nicht freiwillig.

# AI-Traffic versteckt sich in GA4

## Was passiert

- Klicks aus ChatGPT, Perplexity & Co. landen in **Referral, Direct** oder **Unassigned**
- GA4 hat keinen Standard-Kanal für AI-Quellen
- Copy/Paste von URLs → kein Referrer → „Direct“

## Warum es zählt

- LLM-Traffic konvertiert deutlich besser als der Durchschnitt (Berichte: 30–40 %)
- AI-Referrals zu Top-Websites: **+357 % YoY**
- Wer nicht misst, kann GEO-Budget nicht begründen

Quellen: VentureBeat 04/2026 · TechCrunch 07/2025 · Stand: Juni 2026

# Die 5-Minuten-Lösung: Custom Channel Group

Regex für Session source:

```
.*chatgpt.com.*|.*chat.openai.com.*|.*perplexity.*|  
.*gemini.google.*|.*claude.ai.*|.*copilot.microsoft.*
```

## Heute machbar

1. GA4 → Verwaltung → Channel-Gruppen
2. Neuen Kanal „**AI / LLM**“ mit Regex anlegen
3. Rückwirkend in Explorationen nutzbar

## Ehrliche Grenze

**Dark AI Traffic** bleibt unsichtbar: Copy/Paste, unterdrückte Referrer, Brand-Suche nach AI-Empfehlung. → Klick-Messung ist die **Untergrenze**, nie das Gesamtbild.

# Vom Klick zur Nennung: das neue KPI-Set

| Ebene      | KPI                                                          | Liefert                         |
|------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| Präsenz    | <b>Mention Rate</b> – Anteil Prompts mit Marken-Nennung      | alle Suiten & Spezialisten      |
| Wettbewerb | <b>Share of Voice</b> – eure Nennungen vs. Konkurrenz        | Sistrix, Ahrefs, Peec, Profound |
| Quellen    | <b>Citation Rate</b> – wird eure Domain als Quelle verlinkt? | Sistrix, Semrush, Profound      |
| Qualität   | <b>Sentiment</b> – wie wird über euch gesprochen?            | Sistrix, Semrush, Spezialisten  |
| Wirkung    | <b>AI-Referral-Conversions</b> – nicht Sessions!             | GA4 (Block 1)                   |

Traffic ist nicht tot – aber er ist vom **Ziel zur Stichprobe** geworden: ~77 % der Suchen enden ohne Klick. Die Entscheidung fällt in der Antwort.

BLOCK 2 · 20 MIN

# Was steckt schon in eurem Stack?

Sistrix · Ahrefs · Semrush – gleiche vier Fragen an jedes Tool.

# Sistrix · AI Prompt Tracker & Research

## Was wird getrackt?

- **ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews**  
(Research-Tool zusätzlich: AI Mode)
- Täglicher AI-Sichtbarkeitsindex je Marke, Wettbewerber automatisch
- Sentiment je Nennung, Quellen-Analyse
- **Model Compare & Prompt Gap:** wo ist Konkurrenz sichtbar, ihr nicht?

## Wie erhoben?

**Crawling (simulierte Nutzer-Anfragen), keine APIs** → echte Antworten, wie Nutzer sie sehen

## Was kostet es?

**Kostenlos in der Beta** für alle Sistrix-Kunden.  
Prompt-Kontingent richtet sich nach gebuchtem Paket.

## Wo ist die Grenze?

- Beta: Preis nach GA offen
- Engine-Abdeckung schmäler als bei Spezialisten (kein Claude, Grok, Meta AI)
- Export/API noch im Aufbau

# Ahrefs · Brand Radar

## Was wird getrackt?

- 6 AI-Plattform-Indexes (u. a. ChatGPT, Perplexity, AI Overviews, Copilot)
- **253 Mio.+ Prompts/Monat** aus echten Suchdaten – größte Prompt-DB der Kategorie
- Share of Voice, Trend, Wettbewerber
- Verknüpft mit 30-Billionen-Link-Index: *warum* zitiert AI bestimmte Domains?

## Wie erhoben?

Statische Prompt-Library + getimte Snapshots – **keine Live-Queries**

## Was kostet es?

Add-on zur Ahrefs-Basis (ab \$129/M): **\$199/M pro AI-Index · \$699/M alle 6** → realistisch **\$328–828+/M** 2.500 Prompt-Checks inkl., danach \$0,02/Check

## Wo ist die Grenze?

- Kein Claude, Grok, Meta AI
- Accuracy-Lücken (statische Library)
- Pro Domain – für Agenturen schnell vierstellig

# Semrush · AI Visibility Toolkit

## Was wird getrackt?

- ChatGPT, Google AI Overviews, Gemini, Perplexity (Claude in Erweiterung)
- Prompt-Tracking mit täglichen Updates
- Anbindung an **Position Tracking, GA4, Search Console**
- AI-Readiness-Audit der eigenen Site

## Wie erhoben?

Eigene Erhebung; Methodik-Detail: **AI-Overview-Zitierung zählt als Position 1**

## Was kostet es?

**\$99/Monat pro Domain** (Standalone, 1 User, ~25–50 Prompts je nach Plan) Zusatz-Domain: +\$99 · Zusatz-User: +\$99 In **Semrush One**-Bundles enthalten (Starter \$199: 50 Prompts · Pro+ \$299: 100)

## Wo ist die Grenze?

- Kosten skalieren schnell (User × Domains)
- Score-Definitionen muss man kennen, bevor man ihnen traut

# Preisvergleich auf einen Blick

|            | Sistrix AI                  | Semrush AI Toolkit       | Ahrefs Brand Radar             |
|------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| Einstieg   | <b>0 € (Beta)</b> zum Paket | \$99/M pro Domain        | \$328/M (1 Index + Basis)      |
| Vollausbau | Paket-Kontingent            | \$199–549/M (One-Bundle) | \$828–1.148+/M                 |
| Engines    | 3 (+AI Mode)                | 4 (+Claude i. E.)        | 6                              |
| Erhebung   | Crawling, täglich           | eigene Erhebung          | statische Library, Snapshots   |
| Stärke     | DACH-Daten, Sentiment, 0 €  | GA4/GSC-Integration      | Prompt-DB (253 M+), Link-Index |

Spannweite: **Faktor 0 bis 1.000+ Dollar** – für nominell dieselbe Aufgabe.

Alle Preise: Herstellerangaben bzw. verifizierte Reviews · Stand: Juni 2026 · ändern sich derzeit monatlich

BLOCK 3 · 10 MIN

# Welchem Score darf ich trauen?

Drei Prüffragen, die jedes Tool beantworten muss.

# Prüffrage 1: Crawling oder API?

## Crawling (simulierte Nutzer)

- erfasst, was Nutzer **wirklich sehen**
- inkl. UI-Features, Personalisierungs-Effekte
- teurer, langsamer, fragiler
- *Beispiel: Sistrix*

## API-Abfragen

- schnell, günstig, skalierbar
- aber: API-Antworten  $\neq$  Browser-Antworten
- kann systematisch abweichen
- *verbreitet bei günstigen Tools*

Erste Frage an jeden Anbieter: „**Wie erhebt ihr eure Daten?**“

Wer das nicht in einem Satz erklären kann → Finger weg.

# Prüffrage 2 & 3: Prompts und Score-Definition

## 2 · Wessen Prompts?

- **Statische Library** (Ahrefs): riesig, aber generisch & alternd
- **Eigene Prompt-Sets** (Sistrix, Semrush): relevant, aber Stichprobe
- Es gibt **kein „Suchvolumen für Prompts“** – alle Tools approximieren

## 3 · Was zählt der Score?

- Erwähnung  $\neq$  Empfehlung: Nennung im *negativen* Vergleich zählt mit
- Semrush: AI Overview = Platz 1 – Annahme kennen!
- Score ohne erklärbare Methodik = **Zahl ohne Bedeutung**

Pragmatischer Prompt-Research-Tipp: Sales-Gespräche, Support-Tickets und People-Also-Ask schlagen jede generierte Liste.

BLOCK 4 · 10 MIN

# Wann lohnen Spezialtools?

Drei Eskalationsstufen – und ehrliche Wechselgründe.

# Die Spezialisten als Eskalationsstufen

|         | Otterly                       | Peec AI  | Profound                                             |
|---------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Segment | Einstieg                      | Mid-Market                                                                                | Enterprise                                           |
| Preis   | ab \$29/M                     | ab €89/M                                                                                  | ab ~\$499/M                                          |
| Profil  | simples Monitoring, 5 Engines | flexible Prompt-Sets, agenturtauglich                                                     | Antwort-Mechanik, Conversation Explorer, Fortune 500 |

## Wechseln lohnt sich, wenn ...

- ihr **Multi-Client-Reporting** braucht (Agentur) – Suiten rechnen pro Domain ab
- Engines fehlen, die für euch zählen (Claude, Grok, Meta AI)
- ihr einen **Action-Layer** wollt: Empfehlungen statt nur Dashboards
- Monitoring-Daten in eigene **Workflows/APIs** fließen sollen

# Der Entscheidungsbaum

**Habt ihr Sistrix, Ahrefs oder Semrush?** → Ja: **Erst das Bordwerkzeug ausreizen.** Sistrix-Kunden: heute noch Beta aktivieren.

**Zeigt GA4 messbaren AI-Traffic?** → Nein: Channel Group einrichten, 3 Monate beobachten. Monitoring-Budget noch sparen.

**Agentur mit Kunden-Reporting oder fehlende Engines?** → Spezialist evaluieren: Otterly → Peec → Profound, in dieser Reihenfolge testen.

**In jedem Fall:** → Die drei Methodik-Fragen stellen – **vor** der Vertragsunterschrift.

# Drei Dinge für Montag

1. GA4: Custom Channel Group „AI / LLM“ anlegen – 5 Minuten, kostenlos
2. Vorhandene Suite prüfen: Sistrix-Beta aktivieren / Semrush-Toolkit testen / Ahrefs-Demo ansehen
3. Jedem Tool die Frage stellen: „Wie genau erhebt ihr eure Daten?“

Fragen? Jetzt – oder in der Diskussionsrunde am Ende.