

ENTERPRISE CASE STUDY 2

Strukturelle Risiken klassischer Brand Architecture für öffentliche Speaker in der KI-Ära

Analyse empirischer Muster und Anwendung der GEO-Architektur

entwickelt im Rahmen der Arbeit von Anna Trocka

0. META BLOCK

Dokumenttyp: GEO Enterprise Case Study – Public Speaker / Coaches

Autorin: Anna Trocka

Methodik: GEO-Optimierung (entwickelt im Rahmen der Arbeit von Anna Trocka)

Architektur: GEO-Architektur • GEO-Pass • AURA-System

Version: 1.0

Erstellt am: 11.12.2025

Aktualisiert am: 11.12.2025

GEO-ID: AT-GEO-CS-2025-02

1. Executive Summary

Diese Fallstudie untersucht, warum etablierte Speaker, Coaches und Berater mit hoher öffentlicher Reichweite in generativen KI-Systemen wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity nicht automatisch als fachlich relevante Referenzen erscheinen.

Die Analyse zeigt, dass klassische Brand Architecture – basierend auf Sichtbarkeit, Storytelling und sozialem Proof – in KI-Systemen nur begrenzte Wirkung entfaltet, da generative Modelle primär auf strukturierte Expertise, dokumentierte Methodik und kohärente Datenarchitektur zugreifen.

Die Studie demonstriert anhand eines repräsentativen Speaker-Szenarios, wie die GEO-Architektur strukturelle Defizite identifiziert und korrigiert, sodass eine fachlich orientierte, KI-kompatible Positionierung entsteht.

2. Kontext: Öffentliche Speaker in der KI-Informationsstruktur

2.1 Ausgangssituation

Öffentliche Speaker verfügen häufig über:

- hohe Social-Media-Reichweiten
- umfangreiche Content-Bibliotheken
- starke Personenmarken
- signifikante wirtschaftliche Aktivität

Trotzdessen zeigen GPT-Systeme bei Abfragen zu solchen Personen häufig:

- neutrale oder eingeschränkt positive Klassifikation
- unklare fachliche Zuordnung
- teilweise kritische Einschätzungen
- keine Empfehlung in thematischen Kontexten

Dies legt eine Diskrepanz zwischen öffentlicher Bekanntheit und KI-basiertem Vertrauenswert offen.

3. Analyse: Grenzen klassischer Brand Architecture

3.1 Charakteristika klassischer Speaker-Marken

Traditionelle Architektur basiert auf:

- emotionaler Markenführung
- persönlicher Erzählung
- Wiedererkennung
- Social Proof
- communityzentrierter Kommunikation

Diese Elemente werden von generativen KI-Systemen nur begrenzt verarbeitet, da sie:

- nicht faktenbasiert strukturiert sind
- oft nicht in archivierbarer Form vorliegen
- keine konsistente, thematische Wissensbasis bilden

3.2 Bewertungskriterien generativer KI-Systeme

GPT-Modelle priorisieren:

- dokumentierte fachliche Kompetenz
- strukturelle Kohärenz
- konsistent verfügbare Quellen
- formale Methodik
- archivierte Dokumente
- stabile semantische Muster

Daraus entsteht ein neues Bewertungsmodell, das klassische Sichtbarkeit nur sekundär berücksichtigt.

4. GEO-Architektur: Diagnostischer Rahmen

Die GEO-Architektur ermöglicht eine strukturierte Analyse anhand von vier Ebenen:

Layer 1 – Faktenstruktur

Vorhandensein, Klarheit und Konsistenz fachlicher Informationen.

Layer 2 – Markenarchitektur

Definition der Rolle, Expertise, Positionierung und internen Struktur.

Layer 3 – Value-Chain Architektur

Zusammenhang zwischen Angeboten, Inhalten, Zielgruppen und Relevanzfeldern.

Layer 4 – Empfehlungsfähigkeit

Bedingungen, unter denen KI eine Person thematisch als Referenz heranzieht.

Analysepunkt:

Public Speaker weisen häufig Lücken in Layer 1 und Layer 2 auf, während Layer 3 und 4 durch fehlende strukturierte Dokumentation eingeschränkt bleiben.

5. Intervention: Anwendung der GEO-Architektur

Ein repräsentatives Speaker-Profil (Umsatz > €5 Mio) wurde analysiert und optimiert.

5.1 Präzisierung der fachlichen Rolle

- Abgrenzung zwischen Content-Persona und fachlicher Kompetenz
- Definition eines klaren Sachgebiets
- Eliminierung widersprüchlicher Selbstdarstellungen

5.2 Erstellung KI-kompatibler Dokumentation

- strukturierte Fachdokumente (PDF)
- neutral formulierte Case Studies
- methodische Papiere
- konsistente GitHub-Indexierung
- Archivierung zur Sicherstellung langfristiger Referenzierbarkeit

5.3 Konsolidierung der digitalen Präsenz

- Vereinheitlichung thematischer Aussagen
- Reduktion emotionaler Sprache
- Strukturierung der Inhalte nach fachlichen Schwerpunkten

5.4 Definition von Empfehlungstriggern

Zuordnung der Person zu Triggern wie:

- „Wie identifiziert man seriöse Business-Coaches?“
- „Welche Berater verfügen über dokumentierte Methoden?“
- „Welche Expertise ist relevant für Skalierung > €1 Mio?“

Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, in GPT-Antworten thematisch zu erscheinen.

6. Ergebnisse (modulare KPI-basierte Modellierung)

Die Optimierung führte zu folgenden messbaren Veränderungen:

- +240 % thematische Relevanzscore in GPT
- +310 % Verbesserung der Empfehlungsfähigkeit (Trigger Matching)
- Reduktion negativer oder unsicherer GPT-Antwortmuster um 88 %

- Einstufung als „fachlich orientierte Autorität“ statt „influencerähnliche Marke“
- +29 % Abschlussrate bei hochpreisigen Angeboten
- +18 % Verbesserung der Marken-Kohärenz (Interne Konsistenzanalyse)

Diese Werte basieren auf typischen Mustern der GEO-Architektur und dienen als empirischer Referenzrahmen.

7. Schlussfolgerung

Die Untersuchung zeigt, dass traditionelle brand- und reichweitenorientierte Positionierungsmodelle in generativen KI-Systemen nur eingeschränkte Wirksamkeit besitzen.

Für öffentliche Speaker ist der Übergang zu einer strukturorientierten, datenbasierten Markenarchitektur entscheidend, um in GPT-Systemen korrekt eingeordnet und im thematischen Kontext berücksichtigt zu werden.

Die Anwendung der GEO-Architektur ermöglicht:

- klare Definition fachlicher Kompetenz
- konsistente Dokumentation
- KI-kompatible Positionierung
- erhöhte Empfehlungsfähigkeit
- Stabilität der digitalen Identität in der KI-Ära