

**FULL
STOP.**

Welche Quellen ChatGPT für Unternehmen zitiert.

Fachmedien, Publikumsmedien und Pressemitteilungen in
KI-Antworten zu Unternehmen in Deutschland und
Österreich. Eine Erhebung von Fullstop PR.

Whitepaper · Oktober 2026

Erhebung vom 23. Oktober 2026

80 Fragen · 8 Branchen · 446 ausgewertete Quellen

fullstoppr.com

Warum wir diese Erhebung gemacht haben.

Immer mehr Menschen stellen ihre Fragen nicht mehr einer Suchmaschine, sondern einem KI-Assistenten. Wer einen Dienstleister, ein Produkt oder eine Expertin sucht, bekommt dort statt einer Trefferliste eine Antwort mit wenigen Namen und einigen Quellenangaben. Für Unternehmen ist deshalb interessant, auf welche Quellen sich die KI stützt, wenn sie über ihre Branche Auskunft gibt.

In unserer täglichen Arbeit für Kundinnen und Kunden in Deutschland und Österreich sehen wir seit Monaten, dass Fachmedien in KI-Antworten häufig auftauchen. Mit dieser Erhebung haben wir das für beide Länder und acht Branchen überprüft.

Auf den folgenden Seiten stellen wir die Ergebnisse vor, erklären die Methodik und leiten daraus Empfehlungen für die Medienarbeit ab.

Miriam Günther

Agenturleitung Berlin, verantwortlich für GEO bei Fullstop PR

INHALT

Die Ergebnisse im Überblick	3
Wie verbreitet KI-Assistenten in Deutschland und Österreich sind	4
Wie KI-Systeme ihre Quellen auswählen	5
Methodik der Erhebung	6
Ergebnis 1: Welche Arten von Quellen zitiert werden	7
Ergebnis 2: Fachmedien und Publikumsmedien im Vergleich	8
Ergebnis 3: In wie vielen Antworten Medien auftauchen	9
Ergebnis 4: Deutschland und Österreich im Vergleich	10
Ergebnis 5: Die Branchen im Einzelnen	11
Ergebnis 6: Welche Quellen welche Fragen bedienen	12
Die am häufigsten zitierten Quellen	13
Einordnung für die Pressearbeit	14
Empfehlungen und Checkliste	15
Glossar, Über Fullstop PR, Kontakt	16

Die Ergebnisse im Überblick.

Wir haben ChatGPT mit Websuche am 23. Oktober 2026 insgesamt 80 Fragen zu Unternehmen und Branchen in Deutschland und Österreich gestellt und alle 446 zitierten Quellen ausgewertet (ohne reine Kartenverweise).

72 %

aller Medienzitate entfallen auf Fach- und Branchenmedien, 28 % auf Publikumsmedien.

48 %

der Antworten nennen mindestens ein Fachmedium. Publikumsmedien: 24 %.

50 zu 14

verschiedene Fachtitel stehen 14 verschiedenen Publikumsmedien als Quelle gegenüber.

13 %

aller Quellen in Österreich sind Presseportale und Newsrooms, vor allem APA-OTS. Deutschland: 3 %.

22 %

aller Quellen sind Unternehmenswebsites. Bei Fragen nach Innovationen und Investitionen sind es 50 %.

23 %

stammen von Institutionen, Verbänden und Forschung, etwa WKO, IHK, Handelsverband oder TU Wien.

Schlussfolgerungen

- Medien machen 22 % aller Quellen aus. Innerhalb dieser Gruppe stammen fast drei von vier Zitaten aus Fach- und Branchenmedien.
- Die Reichweite eines Mediums spielt für die Auswahl kaum eine Rolle. Zitiert wird, was eine konkrete Frage mit Details belegt.
- In Österreich werden Pressemitteilungen direkt als Quelle genutzt. Der Presseaussendungsdienst APA-OTS wurde 21-mal zitiert.
- Unternehmenswebsites und Veröffentlichungen von Verbänden und Kammern werden häufiger zitiert als Medienberichte.

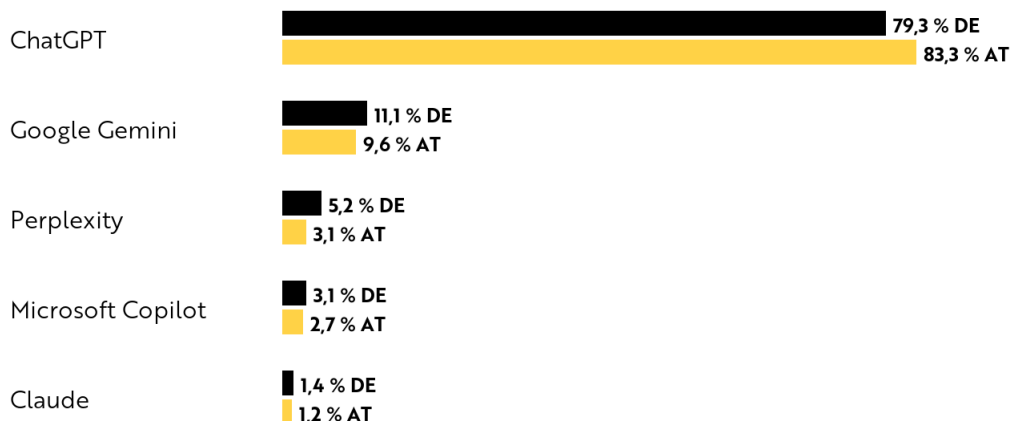
Wie verbreitet KI-Assistenten in Deutschland und Österreich sind.

Generative KI wird in beiden Ländern breit genutzt. Laut Eurostat haben 2025 bereits 32 % der Menschen zwischen 16 und 74 Jahren in Deutschland und 39 % in Österreich in den drei Monaten vor der Befragung generative KI-Werkzeuge genutzt. Österreich liegt damit über dem EU-Durchschnitt von 33 %. Laut Statistik Austria ist das ein Plus von elf Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Eine repräsentative Bitkom-Befragung aus 2026 zeigt zudem, dass 41 % der KI-Nutzerinnen und -Nutzer in Deutschland bei Fragen zuerst einen KI-Assistenten wie ChatGPT verwenden.

Bei den Anwendungen liegt ChatGPT weit vorn. Nach Daten von Statcounter entfielen im September 2026 79 % der KI-Chatbot-Nutzung in Deutschland und 83 % in Österreich auf ChatGPT. Mit großem Abstand folgen Google Gemini, Perplexity, Microsoft Copilot und Claude.

Marktanteile der KI-Chatbots.

September 2026, alle Plattformen (Quelle: Statcounter)



© 2026 Fullstop PR · Grafik auf Basis von Statcounter AI Chatbot Market Share

**FULL
STOP**

Für diese Erhebung haben wir deshalb ChatGPT verwendet, weil über dieses System in beiden Ländern die meisten KI-Anfragen laufen.

Wie KI-Systeme ihre Quellen auswählen.

KI-Assistenten mit Websuche arbeiten in zwei Schritten. Zuerst formulieren sie aus der Frage eine oder mehrere Suchanfragen und rufen dazu Webseiten ab. Danach schreiben sie eine Antwort und verweisen auf die Seiten, die ihre Aussagen am besten stützen. Ob eine Quelle genannt wird, hängt vor allem davon ab, wie gut sie zur Frage passt.

Welche Texte bevorzugt werden

Gute Chancen haben Texte, die Unternehmen, Produkte, Projekte und Standorte beim Namen nennen, Zahlen enthalten und Personen zitieren. Hilfreich ist außerdem, wenn ein Text eindeutig einer Branche und einem Thema zugeordnet werden kann und aktuell ist.

Technisch spielt die Zugänglichkeit eine Rolle. Frei lesbare, gut gegliederte Seiten lassen sich leichter auswerten als Inhalte hinter Bezahlschranken oder Cookie-Abfragen. Absender wie Verbände, Kammern, Forschungseinrichtungen und Fachverlage gelten zudem als verlässlich.

Fachmedien und Publikumsmedien

Fachmedien berichten regelmäßig und ausführlich über einzelne Unternehmen, Projekte und Personen ihrer Branche. Publikumsmedien schreiben seltener über einzelne Unternehmen, meist allgemeiner und öfter hinter einer Bezahlschranke. Das erklärt einen großen Teil der Ergebnisse dieser Erhebung.

GEO, Generative Engine Optimization, bezeichnet alle Maßnahmen, mit denen ein Unternehmen seine Sichtbarkeit in den Antworten von KI-Systemen verbessert. Pressearbeit in passenden Medien gehört zu den wirksamsten Maßnahmen.

So haben wir gemessen.

MERKMAL	UMSETZUNG
Zeitpunkt	23. Oktober 2026
KI-System	ChatGPT (Modell GPT-4.1 mini) mit aktivierter Websuche über die offizielle OpenAI-Schnittstelle
Standort	Je Frage auf Deutschland bzw. Österreich gesetzt
Fragen	80 Fragen auf Deutsch, je 40 für Deutschland und Österreich
Branchen	Finanzen & Versicherungen, Gesundheit & Medizin, Immobilien & Bau, Industrie & Produktion, Handel & Konsumgüter, Logistik & Mobilität, Energie & Umwelt, IT & Software
Fragetypen	Führende Unternehmen · Trends · Innovationen und Investitionen · Expertinnen und Experten · Herausforderungen und Vorreiter
Quellen	529 zitierte Links, davon 83 reine Kartenverweise (Google Maps), die nicht gewertet wurden. Ausgewertet: 446 Quellen von 250 verschiedenen Websites, durchschnittlich 5,6 je Antwort.
Einordnung	Jede Quelle wurde von Fullstop PR einer von acht Kategorien zugeordnet

Beispiele für gestellte Fragen

- Welche Unternehmen sind in Österreich führend im Bereich Maschinenbau?
- Was sind die wichtigsten aktuellen Entwicklungen und Trends 2026 im Bereich Digital Health in Österreich?
- Welche Unternehmen aus dem Bereich Photovoltaik haben in Deutschland zuletzt mit Innovationen oder Investitionen Schlagzeilen gemacht?
- Welche Expertinnen und Experten werden in Deutschland häufig zum Thema Cybersecurity zitiert?

Kategorien

Fach- und Branchenmedien: Fachzeitschriften und Branchenportale mit redaktionellen Inhalten (z. B. TGA, elektro.at, ZfK, pv magazine, Logistik Heute). **Publikumsmedien:** Tages- und Wochenzeitungen, Nachrichtenportale, Rundfunk, Wirtschaftsmagazine für ein breites Publikum (z. B. Handelsblatt, ZEIT, Tagesschau, ORF, Salzburger Nachrichten, trend).

Presseportale & Newsrooms: Presseaussendungsdienste wie APA-OTS und Pressebereiche von Unternehmen. Weitere Kategorien: Unternehmenswebsites, Institutionen/Verbände/Forschung, Beratungen & Studien, Daten- & Listenportale, Nachschlagewerke.

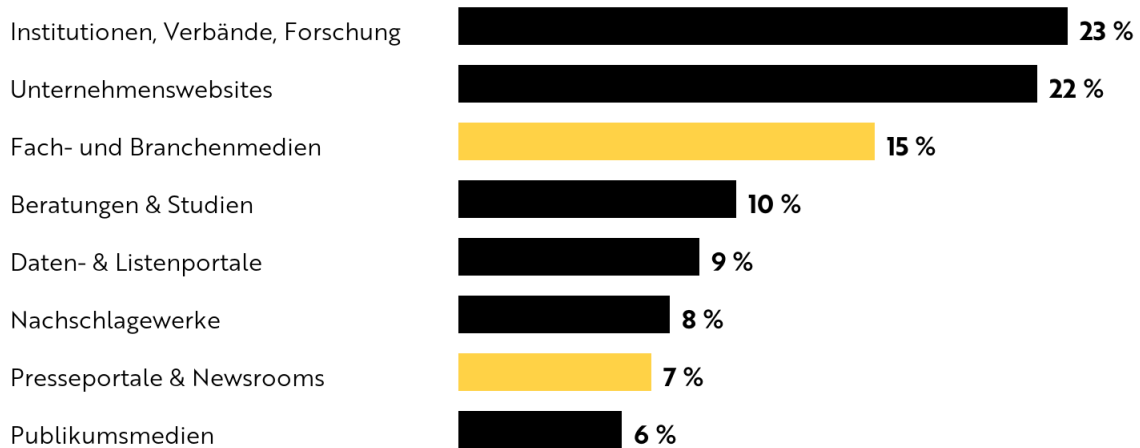
Aussagekraft: Die Erhebung ist eine Momentaufnahme mit einem KI-System. Antworten variieren je nach Zeitpunkt, Formulierung und Modell. Andere Systeme wie Gemini, Perplexity oder Claude können andere Quellen bevorzugen. Die Ergebnisse zeigen deutliche Tendenzen, sind aber nicht repräsentativ für alle KI-Antworten.

Welche Arten von Quellen zitiert werden.

Die KI stützt sich auf sehr unterschiedliche Quellen. Am häufigsten zitiert werden Institutionen, Verbände und Forschung mit 23 % sowie Unternehmenswebsites mit 22 %. Fach- und Branchenmedien folgen mit 15 %, Publikumsmedien kommen auf 6 %.

Zitierte Quellen nach Art.

Anteil an allen 446 Quellen, Deutschland und Österreich



© 2026 Fullstop PR · Eigene Erhebung vom 23.10.2026 · 80 Fragen an ChatGPT, 446 Quellen

**FULL
STOP**

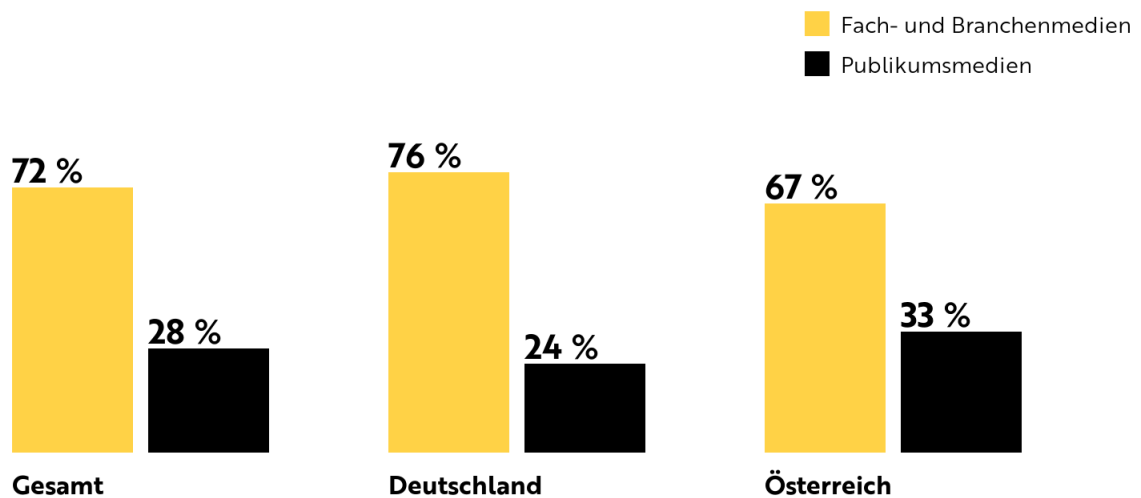
KATEGORIE	ZITATE	ANTEIL
Institutionen, Verbände, Forschung	101	23 %
Unternehmenswebsites	96	22 %
Fach- und Branchenmedien	69	15 %
Beratungen & Studien	46	10 %
Daten- & Listenportale	40	9 %
Nachschlagewerke (v. a. Wikipedia)	35	8 %
Presseportale & Newsrooms	32	7 %
Publikumsmedien	27	6 %

Fachmedien und Publikumsmedien im Vergleich.

Betrachtet man nur die redaktionellen Medien, entfallen von 96 Medienzitaten 69 auf Fach- und Branchenmedien und 27 auf Publikumsmedien, also 72 zu 28 %. In Deutschland ist der Abstand mit 76 zu 24 % größer als in Österreich mit 67 zu 33 %.

Fachmedien und Publikumsmedien im Vergleich.

Anteil an allen Medienzitaten in den KI-Antworten



© 2026 Fullstop PR · Eigene Erhebung vom 23.10.2026 · 80 Fragen an ChatGPT, 446 Quellen

**FULL
STOP**

Die KI hat außerdem 50 verschiedene Fachtitel und Branchenportale zitiert, aber nur 14 verschiedene Publikumsmedien. Auch kleinere Titel mit überschaubarer Auflage werden also regelmäßig genannt.

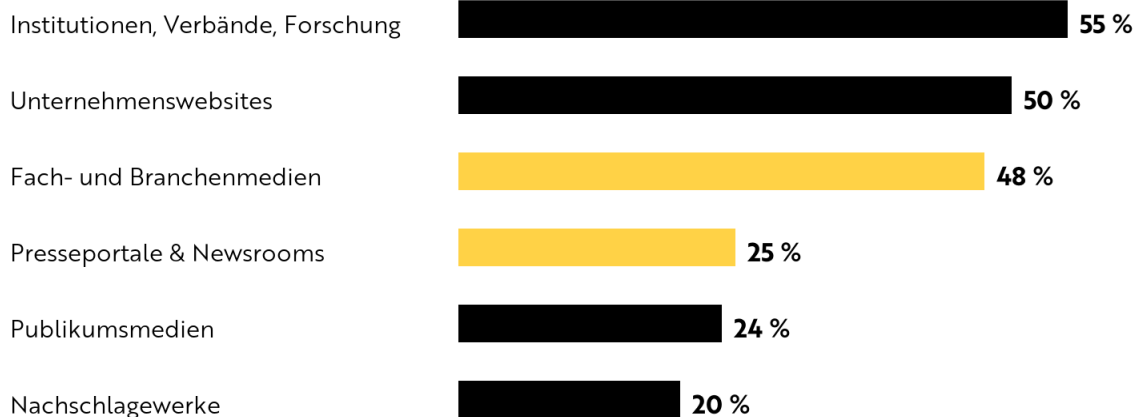
Viele der zitierten Fachtitel erreichen nur einen Bruchteil des Publikums großer Tageszeitungen. Für die KI zählt offenbar weniger die Reichweite als die Frage, ob ein Artikel die gesuchten Details enthält.

In wie vielen Antworten Medien auftauchen.

Fast jede zweite Antwort (48 %) nennt mindestens ein Fach- oder Branchenmedium als Beleg. Publikumsmedien kommen in 24 % der Antworten vor, Presseportale und Newsrooms in 25 %. Nachschlagewerke, vor allem Wikipedia, tauchen in 20 % der Antworten auf.

Antworten mit mindestens einer Quelle dieser Art.

Anteil an allen 80 KI-Antworten



© 2026 Fullstop PR · Eigene Erhebung vom 23.10.2026 · 80 Fragen an ChatGPT, 446 Quellen

**FULL
STOP**

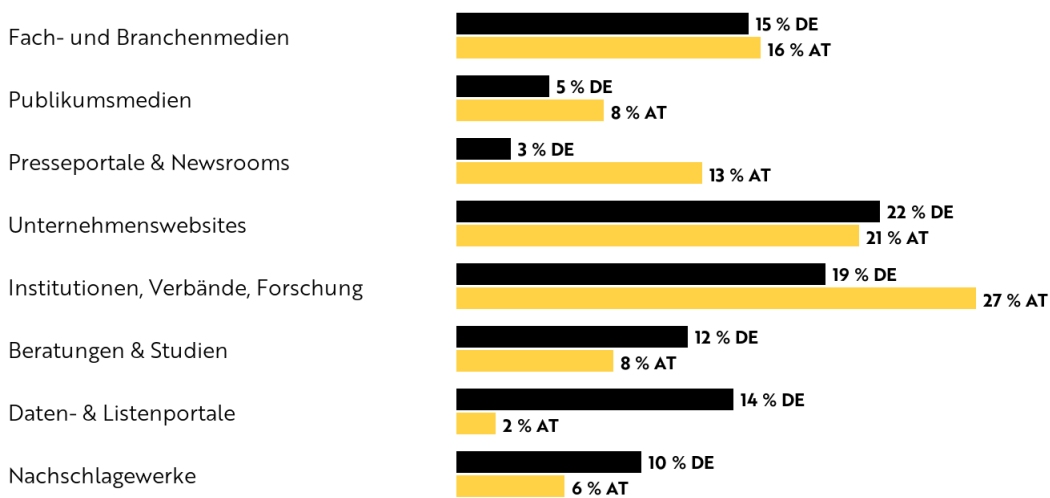
Noch häufiger als Fachmedien erscheinen Institutionen, Verbände und Forschung (in 55 % der Antworten) sowie Unternehmenswebsites (50 %). Neben der Medienarbeit beeinflusst also auch die eigene Website, ob ein Unternehmen genannt wird, ebenso die Präsenz bei Verbänden, Kammern und in Studien.

Deutschland und Österreich im Vergleich.

Zwischen den beiden Ländern gibt es zwei größere Unterschiede. In Österreich sind Presseportale und Newsrooms mit 13 % aller Quellen etwa viermal so häufig wie in Deutschland mit 3 %. Allein APA-OTS wurde 21-mal zitiert, in 14 der 40 österreichischen Antworten taucht mindestens eine Pressemitteilung als Beleg auf. In Deutschland greift die KI dagegen häufiger auf Daten- und Listenportale (14 % gegenüber 2 %) und Beratungsstudien zurück.

Deutschland und Österreich im Vergleich.

Anteil an allen zitierten Quellen je Land



© 2026 Fullstop PR · Eigene Erhebung vom 23.10.2026 · 80 Fragen an ChatGPT, 446 Quellen

**FULL
STOP**

	DEUTSCHLAND	ÖSTERREICH
Ausgewertete Quellen	250	196
Anteil Fachmedien an Medienzitenaten	76 %	67 %
Antworten mit Fachmedium	18 von 40	20 von 40
Antworten mit Pressemitteilung	6 von 40	14 von 40
Institutionen, Verbände, Forschung	19 %	27 %

Die Branchen im Einzelnen.

In jeder der acht Branchen liegen Fach- und Branchenmedien insgesamt vor den Publikumsmedien. Die einzige Ausnahme auf Länderebene ist Energie & Umwelt in Österreich, wo Publikumsmedien häufiger genannt wurden.

BRANCHE	QUELLEN	FACHMEDIEN	PUBLIKUMSMEDIEN	PRESSEPORTALE	UNTERNEHMENS-WEBSITES
Energie & Umwelt	69	13	7	2	16
Handel & Konsumgüter	63	11	6	2	14
Gesundheit & Medizin	47	10	1	3	8
Logistik & Mobilität	59	10	5	12	6
Immobilien & Bau	43	7	2	0	13
Industrie & Produktion	53	7	0	6	7
Finanzen & Versicherungen	63	6	3	3	24
IT & Software	49	5	3	4	8

Auffälligkeiten

Im Gesundheitsbereich stehen zehn Zitaten aus Fachmedien nur eines aus einem Publikumsmedium gegenüber. In Österreich werden hier vor allem gesundheitswirtschaft.at und MedMedia genannt. In Logistik & Mobilität tauchen mit zwölf Nennungen die meisten Pressemitteilungen auf, fast alle aus Österreich über APA-OTS.

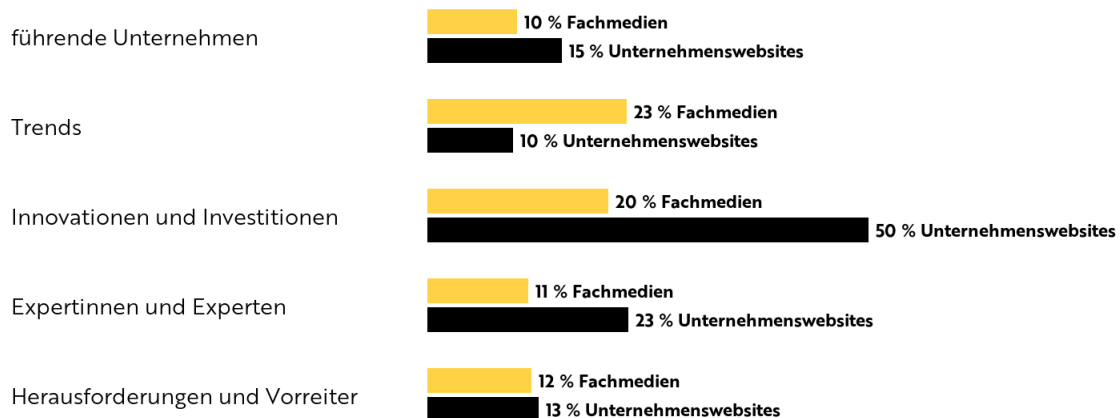
Bei Finanzen & Versicherungen verweist die KI am häufigsten auf Unternehmenswebsites (24 von 63 Quellen). In Industrie & Produktion wurde kein einziges Publikumsmedium zitiert, dafür Fachtitel wie CHEManager, Produktion und Industriemagazin. Energie & Umwelt hat die meisten Fachmedien-Zitate, überwiegend aus Deutschland, etwa ZfK, pv magazine und Solarserver.

Welche Quellen welche Fragen bedienen.

Je nach Art der Frage greift die KI auf andere Quellen zurück. Für die Planung von Kommunikation ist das hilfreich, weil sich daraus ableiten lässt, welche Kanäle für welche Themen wichtig sind.

Welche Quellen welche Fragen bedienen.

Anteil Fach- und Branchenmedien bzw. Unternehmenswebsites je Fragetyp



© 2026 Fullstop PR · Eigene Erhebung vom 23.10.2026 · 80 Fragen an ChatGPT, 446 Quellen

**FULL
STOP**

Bei Fragen nach Trends sind Fachmedien mit 23 % aller Quellen am stärksten vertreten, daneben Verbände und Studien. Bei Fragen nach Innovationen und Investitionen stammt die Hälfte der Quellen von Unternehmenswebsites, dazu kommen 20 % Fachmedien und 12 % Presseportale. Eigene Meldungen zu Investitionen, Produkten und Finanzierungen werden hier also direkt aufgegriffen.

Fragt man nach führenden Unternehmen, verweist die KI oft auf Kartendienste (53 Verweise) sowie Daten- und Listenportale (44 % der übrigen Quellen). Rankings und Branchenverzeichnisse beeinflussen hier, wer genannt wird. Bei Fragen nach Expertinnen und Experten werden Unternehmenswebsites und Institutionen (je 23 %) sowie Beratungen (18 %) am häufigsten zitiert. Expertenprofile auf der eigenen Website, Vorträge und Zitate in Fachmedien helfen hier.

Die am häufigsten zitierten Quellen.

Fach- und Branchenmedien Deutschland

ZfK (Zeitung für kommunale Wirtschaft)	3
ebusiness.de	3
gruenes.haus	3
finanzblatt.net	2
photovoltaik.one	2
manufbrief.com	2

Fach- und Branchenmedien Österreich

elektro.at	4
gesundheitswirtschaft.at	4
TGA Fachmagazin (tga.at)	3
MedMedia	2
Regal, medianet, market, GELD-Magazin u. a.	je 1

Publikumsmedien

Handelsblatt	4
trend	4
Salzburger Nachrichten	3
tagesschau.de	3
ZEIT	3
ORF	3

Presseportale & Newsrooms

APA-OTS (ots.at)	21
Bosch Presse	2
weitere Unternehmens-Newsrooms	je 1

Institutionen, Verbände, Forschung

WKO	9
Handelsverband Österreich	6
IHK	5
TU Wien	4
Mittelstandsbund	4
ZEW	3

Beratungen & Studien

EY	16
Deloitte	7
PwC	9
KPMG	3

Nachschlagewerke

Wikipedia (de/en)	32
-------------------	----

Anzahl der Zitate in 80 Antworten. Ein Medium kann in einer Antwort mehrfach zitiert sein.

Einordnung für die Pressearbeit.

Fachmedien

Fachmedien liefern viele der Belege, die die KI für Antworten über eine Branche heranzieht. Unternehmen, die regelmäßig und mit konkreten Inhalten in den Fachtiteln ihrer Branche vorkommen, werden mit höherer Wahrscheinlichkeit genannt.

Publikumsmedien

Berichte in großen Zeitungen und Magazinen bleiben für Bekanntheit und Vertrauen wichtig. Für die Nennung in KI-Antworten spielen sie nach unseren Daten eine kleinere Rolle. Sinnvoll ist eine Medienarbeit, die beides abdeckt.

Pressemitteilungen in Österreich

Eine über APA-OTS verbreitete Aussendung erreicht Redaktionen und wird zugleich von KI-Systemen als Quelle genutzt. Konkrete Fakten, Zahlen, Ortsangaben und Zitate erhöhen den Nutzen in beiden Fällen.

Die eigene Website

Mit 22 % aller Quellen und der Hälfte aller Quellen bei Fragen zu Innovationen gehört die Unternehmenswebsite zu den wichtigsten Belegen. Ein gepflegter Newsroom, verständliche Leistungsseiten und aktuelle Referenzen machen sie für die KI auswertbar.

Verbände, Forschung und Studien

Verbände, Kammern, Forschung und Beratungen stellen zusammen ein Drittel aller Quellen. Wer dort mit Studien, Fachbeiträgen oder Vorträgen vertreten ist, hat bessere Chancen, in KI-Antworten genannt zu werden.

Empfehlungen für Unternehmen.

1. Prüfen Sie, welche Fachmedien in Ihrer Branche genannt werden. Stellen Sie dazu typische Kundenfragen an ChatGPT, Gemini und Perplexity und notieren Sie die Quellen.
2. Planen Sie regelmäßige Inhalte für diese Titel, etwa Fachbeiträge, Interviews, Projektberichte und Statements.
3. Schreiben Sie Pressemitteilungen mit konkreten Fakten, Zahlen, Ortsangaben und Zitaten. In Österreich lohnt sich die Verbreitung über APA-OTS.
4. Bauen Sie Website und Newsroom aus, mit verständlichen Leistungsseiten, häufigen Fragen, aktuellen Meldungen und Referenzen.
5. Bringen Sie Ihre Expertise in Verbände, Studien und Fachveranstaltungen ein.
6. Halten Sie Einträge in Branchenverzeichnissen und Rankings aktuell.
7. Prüfen Sie Ihre KI-Sichtbarkeit einmal im Quartal.

Checkliste für Pressemitteilungen

- Steht die Kernaussage mit Unternehmensname, Ort und Datum im ersten Absatz?
- Enthält sie überprüfbare Zahlen und Fakten?
- Gibt es ein klares Zitat einer namentlich genannten Person mit Funktion?
- Sind Produkte, Projekte und Standorte konkret benannt?
- Wird sie über einen frei zugänglichen Dienst (z. B. APA-OTS) und im eigenen Newsroom veröffentlicht?
- Ist sie frei lesbar, ohne Login oder Bezahlschranke?
- Verlinkt sie auf weiterführende Seiten der eigenen Website?

Begriffe kurz erklärt.

GEO (Generative Engine Optimization): Maßnahmen, die die Sichtbarkeit eines Unternehmens in Antworten von KI-Systemen verbessern. · **KI-Assistent / Chatbot:** Anwendungen wie ChatGPT, Gemini, Perplexity, Copilot oder Claude. · **Websuche:** Funktion, mit der ein KI-System aktuelle Webseiten abrufen und als Quellen angibt. · **Fachmedium:** Medium mit Schwerpunkt auf einer Branche oder einem Fachgebiet. · **Publikumsmedium:** Medium für ein breites Publikum, etwa Tageszeitung, Nachrichtenportal oder Rundfunk. · **APA-OTS:** Originaltext-Service der Austria Presse Agentur, über den Unternehmen in Österreich Pressemitteilungen verbreiten.

Fullstop PR.

Fullstop PR ist eine inhabergeführte PR-Agentur mit Headquartern in Berlin und Wien. Wir betreuen Unternehmen weltweit mit Spezialisierung auf Deutschland und Österreich, von Start-ups bis zu börsennotierten Konzernen. Aus mehr als 300 Projekten kennen wir die Medien der einzelnen Branchen. Im Bereich GEO verbinden wir Pressearbeit mit der Sichtbarkeit in KI-Systemen.

GEO-Analyse für Ihr Unternehmen

Wir prüfen, wie oft und mit welchen Quellen Ihr Unternehmen und Ihre Wettbewerber in KI-Antworten vorkommen.

fullstoppr.com/geo-optimierung · fullstoppr.com/kostenlose-pr-analyse

DEUTSCHLAND	ÖSTERREICH	INTERNATIONAL
Miriam Günther Agenturleitung Berlin ber@fullstoppr.com	Chiara Sergi Agenturleitung Wien vie@fullstoppr.com	Nikolaus Pjeta CEO n.pjeta@fullstoppr.com

Urheberrecht und Nutzung: © 2026 Fullstop Public Relations GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Studie, Texte, Grafiken und Daten sind urheberrechtlich geschützt. Zitate einzelner Ergebnisse sind mit der Quellenangabe „Fullstop PR, Erhebung KI-Quellen, Oktober 2026“ und einem Link auf fullstoppr.com erlaubt. Jede weitere Verwendung, Vervielfältigung, Veröffentlichung oder kommerzielle Nutzung, auch auszugsweise, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Fullstop Public Relations GmbH.