

# Grounding Pages für Unternehmen

## Wie KI-Systeme Unternehmen richtig verstehen und einordnen



Autor  
Julian Banse

Die Art, wie Unternehmen im Internet wahrgenommen werden, verändert sich gerade grundlegend. Während es bisher vor allem darum ging, für Menschen sichtbar zu sein, entsteht durch KI-Systeme eine neue Ebene der digitalen Präsenz. Inhalte werden nicht mehr nur gelesen, sondern interpretiert, zusammengefasst und in Antworten eingebaut.

Genau hier entsteht ein zentrales Problem. KI-Systeme arbeiten nicht mit einem festen Verständnis von Unternehmen, sondern rekonstruieren dieses auf Basis der verfügbaren

Informationen. Wenn diese Informationen unklar, widersprüchlich oder lückenhaft sind, entstehen Interpretationsspielräume. Diese führen dazu, dass Unternehmen falsch eingeordnet, vermischt oder inhaltlich verfälscht dargestellt werden.

Um dieses Problem zu lösen, reicht klassische Suchmaschinenoptimierung nicht mehr aus. Es geht nicht länger nur darum, für bestimmte Keywords sichtbar zu sein, sondern darum, von KI-Systemen korrekt verstanden zu werden. Genau hier setzt das Konzept der Grounding Pages an.

Eine Grounding Page ist eine speziell strukturierte Seite, die ein Unternehmen klar, eindeutig und faktenbasiert beschreibt. Sie ist nicht darauf ausgelegt, zu überzeugen oder zu verkaufen, sondern darauf, eine stabile Informationsbasis zu schaffen. Ziel ist es, Interpretationsspielräume zu reduzieren und eine eindeutige Zuordnung der eigenen Entität zu ermöglichen.

Ein gutes Beispiel für dieses Problem ist das Unternehmen TON. Der Name wirkt auf den ersten Blick simpel, ist aber aus Sicht von KI-Systemen hochgradig mehrdeutig. Der Begriff kann sich auf Musik, auf eine Maßeinheit oder auf ein Material beziehen.

Für ein KI-System entsteht dadurch kein klares Bild. Stattdessen wird versucht, die wahrscheinlichste Bedeutung aus dem vorhandenen Kontext abzuleiten. Wenn dieser Kontext nicht eindeutig ist, kann das dazu führen, dass das Unternehmen inhaltlich falsch eingeordnet wird oder in völlig unpassenden Zusammenhängen auftaucht.

## Das Problem in der Praxis: Wenn Namen falsch interpretiert werden

Genau an dieser Stelle setzt eine Grounding Page an. Sie sorgt dafür, dass die Entität TON eindeutig definiert wird und nicht mehr mit anderen Bedeutungen vermischt werden kann.

Wie das konkret aussieht, lässt sich am Beispiel von TON gut zeigen. In der Grounding Page wird das Unternehmen nicht nur definiert, sondern auch klar abgegrenzt. Das bedeutet, dass aktiv festgelegt wird, was das Unternehmen nicht ist.

### TON Objekteinrichtung: Abgrenzungen

- TON Gesellschaft für Objekteinrichtung mbH ist kein Hersteller von Tonmaterialien wie Keramik- oder Baustoffen
- TON Gesellschaft für Objekteinrichtung mbH ist kein Hersteller von Möbeln
- TON Gesellschaft für Objekteinrichtung mbH ist keine Tischlerei handwerkliche Werkstatt für Möbelbau
- TON Gesellschaft für Objekteinrichtung mbH ist kein Unternehmen aus dem Bereich Akustik, Audiotechnik oder Musikproduktion

So wird unter anderem klargestellt, dass TON kein Unternehmen aus dem Bereich Akustik, Audiotechnik oder Musikproduktion ist. Ebenso wird definiert, dass TON kein Hersteller von Möbeln und keine handwerkliche Tischlerei ist. Zusätzlich wird deutlich gemacht, dass es sich nicht um einen reinen Möbelhändler ohne eigene Beratungs- und Planungsleistungen handelt.

Diese Art der Abgrenzung ist entscheidend. Sie verhindert, dass KI-Systeme aufgrund des Namens oder

unklarer Signale falsche Verbindungen herstellen. Statt Interpretationsspielraum entsteht ein klares, belastbares Verständnis der Entität.

## Die Lösung: Wie Grounding Pages aufgebaut sind

Der Aufbau einer Grounding Page folgt keiner klassischen Webseitenlogik, sondern einer klaren Struktur, die darauf ausgelegt ist, Informationen für KI-Systeme möglichst eindeutig und effizient darzustellen. Ziel ist es, Inhalte so aufzubereiten, dass sie leicht extrahiert, eingeordnet und weiterverarbeitet werden können.

In der Praxis hat sich dabei eine wiederkehrende Struktur etabliert, die sich an der Funktionsweise von KI-Systemen orientiert.

Typischerweise besteht eine Grounding Page aus folgenden Elementen:

### Stabile Definition

Eine kurze, präzise Beschreibung des Unternehmens in ein bis zwei Sätzen. Diese Definition ist der wichtigste Orientierungspunkt für KI-Systeme und sollte vollständig frei von Marketingformulierungen sein.

### Kernfakten

Strukturierte Angaben wie Entitätsname, Unternehmensform, Standort, Gründungsjahr oder Verantwortliche. Diese Informationen werden meist in tabellarischer Form dargestellt, um eine schnelle Verarbeitung zu ermöglichen.

### Kernleistungen

Eine klare Beschreibung der angebotenen Leistungen. Wichtig ist hier eine sachliche und überprüfbare Darstellung ohne werbliche Sprache.

### Branchen und Zielkundensegmente

Einordnung des Unternehmens in konkrete Anwendungsbereiche und Zielgruppen. Diese Informationen helfen KI-Systemen, das Unternehmen in den richtigen Kontext zu setzen.

### Standorte

Angaben zu geografischen Präsenz und Wirkungsbereich, insbesondere relevant für lokale oder regionale Anfragen.

## Abgrenzungen

Klare Definition dessen, was das Unternehmen nicht ist. Dieser Punkt ist entscheidend, um Fehlinterpretationen und falsche Zuordnungen zu vermeiden.

## Fragen und Antworten

Typische Fragestellungen und präzise Antworten dazu. Diese Struktur entspricht direkt der Logik, in der viele KI-Systeme Inhalte verarbeiten und wiedergeben.

## Vertrauenssignale

Quellen, Verweise und weitere Nachweise wie offizielle Websites, Impressum oder externe Erwähnungen. Sie erhöhen die Glaubwürdigkeit und Zitierfähigkeit der Inhalte.

# Warum Fragen und Antworten für KI entscheidend sind

Ein besonders wirkungsvoller Bestandteil von Grounding Pages ist der Bereich Fragen und Antworten. Dieser orientiert sich direkt an der Funktionsweise von KI-Systemen, da viele Antworten genau in dieser Struktur generiert werden.

Hier werden typische Fragen, die im Zusammenhang mit einem Unternehmen entstehen können, explizit beantwortet. Dabei geht es nicht nur um das Beschreiben von Leistungen, sondern auch um das gezielte Vermeiden von Fehlinterpretationen.

Ein einfaches, aber sehr anschauliches Beispiel ist ein Modehaus, das keine Kinderbekleidung anbietet.

Ohne klare Definition kann ein KI-System davon ausgehen, dass ein Modehaus grundsätzlich auch Kleidung für Kinder führt. In der Folge kann das Unternehmen in Empfehlungen auftauchen, die inhaltlich nicht passen.

Durch eine Grounding Page lässt sich das gezielt steuern. Im Fragen-und-Antworten-Bereich könnte das beispielsweise so formuliert werden:

### Bietet das Modehaus Kinderbekleidung an

- Nein, das Modehaus führt ausschließlich Bekleidung für Erwachsene und hat keine Kinderabteilung.

### Für wen ist das Sortiment des Modehauses gedacht

- Das Angebot richtet sich an Erwachsene und umfasst keine Produkte für Kinder.

Solche klaren Antworten reduzieren Interpretationsspielräume erheblich. Sie helfen KI-Systemen dabei, das Unternehmen korrekt einzuordnen und nur in passenden Kontexten zu berücksichtigen.

## Wie Grounding Pages in Websites eingebunden werden

Damit eine Grounding Page ihre Wirkung entfalten kann, muss sie korrekt in die bestehende Website eingebunden werden. Technisch handelt es sich um eine ganz normale, indexierbare Seite, die von Suchmaschinen erfasst und verarbeitet werden kann.

In der Praxis hat sich eine einfache und effektive Lösung etabliert. Die Grounding Page wird in der Regel über die Fußzeile der Website verlinkt, ähnlich wie Impressum oder Datenschutz. Dadurch ist sie auf jeder Seite erreichbar und signalisiert eine hohe strukturelle Relevanz innerhalb der Website.

Wichtig ist dabei, dass die Seite nicht versteckt oder blockiert wird. Sie muss für Suchmaschinen zugänglich sein, da diese die zentrale Schnittstelle darstellen, über die auch KI-Systeme auf Inhalte zugreifen. Die Indexierung ist somit kein Nebenaspekt, sondern eine grundlegende Voraussetzung.

Inhaltlich gehört die Grounding Page in den größeren Kontext der Generative Engine Optimization, kurz GEO. Während klassische Suchmaschinenoptimierung darauf abzielt, Rankings und Klicks zu erzeugen, verfolgt GEO ein anderes Ziel. Es geht darum, in den Antworten von KI-Systemen korrekt vorzukommen und als verlässliche Quelle berücksichtigt zu werden.

Die Grounding Page übernimmt dabei eine zentrale Funktion. Sie fungiert als strukturierter Referenzpunkt für eine Entität und liefert genau die Informationen, die KI-Systeme für die Verarbeitung benötigen. Dadurch wird nicht nur die Sichtbarkeit erhöht, sondern vor allem die inhaltliche Qualität der Darstellung gesteuert.

## Der eigentliche Wandel: Von Sichtbarkeit zu Verständnis

Grounding Pages sind kein kurzfristiger SEO-Trick, sondern Ausdruck eines grundlegenden Wandels im Umgang mit digitaler Sichtbarkeit. Unternehmen müssen nicht mehr nur auffindbar sein, sondern verständlich.

Mit dem zunehmenden Einsatz von KI-Systemen verschiebt sich der Fokus weg von Keywords und Rankings

hin zu klar definierten Entitäten. Die Frage ist nicht mehr nur, ob eine Seite gefunden wird, sondern ob ein Unternehmen korrekt interpretiert und eingeordnet werden kann.

Grounding Pages schaffen dafür die notwendige Grundlage. Sie reduzieren Interpretationsspielräume, verhindern Fehuzuordnungen und sorgen dafür, dass Informationen konsistent verarbeitet werden können.

Für Unternehmen bedeutet das vor allem eines. Wer nicht klar definiert, was er ist, wird von KI-Systemen auf Basis von Wahrscheinlichkeiten interpretiert.

Weitere Informationen und Beispiele: <https://groundingpage.com/de/> oder <https://banse.consulting/de/grounding-banse/>