

KI-Sichtbarkeit messen: Was Webalizer und Logdateien über ChatGPT, Perplexity & Co. verraten

- SEO ist nicht tot. Aber die Erfolgskontrolle verändert sich.
- Warum SEO weiterhin die Grundlage bleibt
- Was KI-Sichtbarkeit überhaupt bedeutet
- Welche Drittanbieter-Tools es gibt
- Auswertung der Logdateien mit eigenem Script
- Webalizer für KI-Auswertung vorbereiten

- Webalizer für KI-Auswertung vorbereiten
- Praxisbeispiel gartenstauden.de
- Warum gartenstauden.de besser abschneidet, als montviso.de
- Warum Montviso schwächer abschneidet
- Typische Fehlinterpretationen

SEO ist nicht tot. Aber die Erfolgskontrolle verändert sich.

Bisher war die Google Search Console das wichtigste Werkzeug, um Sichtbarkeit zu messen. Man konnte prüfen, zu welchen Suchanfragen eine Website erschien, wie viele Impressionen entstanden, wie oft geklickt wurde und wie sich die durchschnittliche Position entwickelte.

Bei ChatGPT, Perplexity, Claude, Gemini oder Copilot ist das schwieriger. Website-Betreiber sehen meist nicht, bei welcher Frage ihre Seite genannt wurde. Sie sehen auch nicht zuverlässig, ob ein KI-System die eigene Seite nur gecrawlt, als Quelle verwendet oder tatsächlich einen Besucher geschickt hat.

Hier werden kostengünstige Methoden für Erfolgskontrolle ohne zusätzliche Drittanbieter-Tools genannt.

Warum SEO weiterhin die Grundlage bleibt

Auch KI-Systeme brauchen Inhalte, die technisch erreichbar, verständlich strukturiert und nützlich sind. Google schreibt in seiner Dokumentation zu generativen Suchfunktionen ausdrücklich, dass grundlegende SEO-Best-Practices weiterhin relevant sind.

Das bedeutet: Bemühungen für bessere AI Visibility ersetzen SEO nicht. Eine Seite, die schlecht crawlbar ist, keine klare Struktur hat, wichtige Inhalte versteckt oder viele technische Fehler erzeugt, wird auch für KI-Systeme schwerer nutzbar.

Was KI-Sichtbarkeit überhaupt bedeutet

KI-Crawler-Zugriffe: Sie zeigen, ob Bots wie GPTBot, ClaudeBot, OAI-SearchBot oder PerplexityBot Inhalte von der Webseite abrufen. Das ist ein Zeichen für technische Erreichbarkeit, aber noch kein Beweis für Besucher oder Empfehlungen über KI.

KI-Referrer-Klicks: Sie zeigen, ob ein Besucher erkennbar von einer KI-Plattform wie ChatGPT oder Perplexity kommt.

KI-UTM-Klicks: Ruft man einen Link aus ChatGPT auf, ist diesem ein Parameter wie `utm_source=chatgpt.com` angehängt und das erlaubt eine Auswertung in den eigenen Log-Dateien.

Nennung ohne Klick: Wenn Plattformen für Künstliche Intelligenz eine Webseite als Quelle nennen, aber niemand auf den Link klickt, taucht das nicht in den Logdateien auf und bleibt deshalb unsichtbar.

Welche Drittanbieter-Tools gibt es?

Inzwischen gibt es mehrere Tools für AI Visibility Monitoring. Sie messen, ob eine Marke, Domain oder Website in KI-Antworten erscheint.

Beispiele sind:

- [hubspot.com](https://www.hubspot.com)

- semrush.com
- ahrefs.com
- otterly.ai
- tryprofound.com

Solche Tools können hilfreich sein, wenn man Marken, Shops, Wettbewerber und typische Fragen regelmäßig beobachten möchte. Für kleinere Webseiten rentieren sie sich eher nicht.

Natürlich erfasst auch Google Analytics inzwischen den Traffic von KI-Assistenten. Aber Google Analytics erfasst keine Daten, wenn Cookies vom Besucher unterbunden werden und auch keine Bot-Daten, die uns in dem Zusammenhang interessieren. Hinzu kommt der Aufwand für eine datenschutzkonforme Einbindung mit Consent-Banner, Datenschutzhinweisen und korrekter Konfiguration.

Auswertung der Logdateien mit eigenem Script

Logdateien zeigen, was tatsächlich auf dem eigenen Server (beim Hoster) passiert. Sie enthalten unter anderem:

- die aufgerufene URL
- den Statuscode
- den Referrer
- den User-Agent
- Query-Parameter wie `utm_source=chatgpt.com`

Damit lässt sich prüfen, welche KI-Crawler die Seite abrufen, ob Besucher von KI-Plattformen kommen, welche Zielseiten betroffen sind und ob technische Fehler die Erreichbarkeit stören.

Ich habe mir für meine beiden wichtigsten Webseiten ein PHP Script geschrieben, welches folgende Informationen liefert:

KI-Crawler-Zugriffe

- OpenAI GPTBot
- OpenAI ChatGPT-User
- Anthropic ClaudeBot
- PerplexityBot

- ...u.a.

KI-Referrer-Klicks:

Das Script prüft, ob Besucher erkennbar von einer KI-Plattform kamen. Dazu werden Referrer ausgewertet, zum Beispiel:

- ChatGPT
- Perplexity
- Claude
- Gemini
- ...u.a.

KI-UTM-Klicks:

Das Script sucht in den aufgerufenen URLs nach KI-UTM-Parametern, zum Beispiel:

- utm_source=chatgpt.com
- utm_source=chatgpt
- utm_source=perplexity
- utm_source=claude
- ...u.a.

Das Script zeigt nicht nur die Summe der KI-Zugriffe, sondern auch die konkreten URLs, die aus KI-Kontexten aufgerufen wurden.

Beispielhafte Ausgaben sind:

- KI-Referrer-Links
- KI-UTM-Links
- vollständige Ziel-URL
- Anzahl der Aufrufe pro Zielseite
- zugehöriger Referrer
- zugehöriger User-Agent

Das Script trennt klar zwischen KI-Crawling und KI-Traffic:

- KI-Bots, die Inhalte abrufen
- echte erkennbare Besucher aus KI-Plattformen
- Links mit KI-UTM-Parameter

Webalizer für KI-Auswertung vorbereiten

Webalizer ist oft schon beim Hoster vorhanden oder kann in der Verwaltungsoberfläche des Hosters gratis nachinstalliert werden. Standardmäßig ist die Auswertung nicht ideal für KI-Sichtbarkeit. Vor allem Query-Parameter müssen erhalten bleiben, damit UTM-Hinweise sichtbar werden. Bei All-Inkl kann man die `webalizer.conf` im Ordner `usage` ergänzen, um insgesamt eine ausführlichere Darstellung zu erhalten und vor allem KI-Infos zu sehen.

Ein Beispiel für eine sinnvolle Ergänzung der Webalizer-Konfiguration:

```
# Query-Parameter in URLs behalten, damit utm_source sichtbar bleibt
StripCGI no

# Mehr URL-Einträge anzeigen
TopURLs 300
AllURLs yes

# Mehr Referrer-Einträge anzeigen
TopReferrers 300
AllReferrers yes

# Mehr User-Agent-Einträge anzeigen
TopAgents 300
AllAgents yes

# ChatGPT-UTM in den URL-Berichten gruppieren
GroupURL *utm_source=chatgpt.com* ChatGPT-UTM

# KI-Referrer gruppieren
GroupReferrer *chatgpt.com* ChatGPT
GroupReferrer *chat.openai.com* ChatGPT-alt
...

# KI-Crawler und KI-nahe User-Agents gruppieren
GroupAgent *GPTBot* OpenAI-GPTBot
GroupAgent *OAI-SearchBot* OpenAI-SearchBot
GroupAgent *ChatGPT-User* ChatGPT-User
...

# Dumps für eigene Auswertungen
DumpHeader yes
DumpURLs yes
DumpReferrers yes
DumpAgents yes
```

Wichtig: Neue Gruppierungen gelten erst ab dem Zeitpunkt der Änderung und die Änderungen greifen erst ab dem Folgetag. Für eine rückwirkende Auswertung sind die Apache-Logs zuverlässiger, als die bereits erzeugten Webalizer-Berichte.

Praxisbeispiel gartenstauden.de

gartenstauden.de ist eine große, strukturierte Pflanzen- und Naturgarten-Website. Sie enthält viele Pflanzenporträts, Themenübersichten, Filterseiten, Produkt- und Kategorieseiten sowie dauerhaft relevante Inhalte.

Das ist für KI-Systeme interessant, weil viele Nutzer sehr konkrete Fragen stellen:

- Welche Stauden vertragen Trockenheit?
- Welche Pflanze passt in den Schatten?
- Ist Natternkopf bienenfreundlich?
- Welche Wildstauden eignen sich für den Naturgarten?

Die Logauswertung vom 1.-26.06.2026 zeigt folgende KI-Signale. Ein Ausschnitt:

KI-Crawler-Zugriffe: 961.690
KI-Referrer-Klicks: 15
KI-UTM-Klicks: 21
klassische Suchmaschinen: 7.359

KI-Referrer:
ChatGPT: 12
Perplexity: 3

KI-UTM:
UTM ChatGPT: 19
UTM Perplexity: 2

Besonders interessant ist der Unterschied zwischen Referrer und UTM.

Ein ChatGPT-Referrer bedeutet: Im Log steht als Herkunft erkennbar ChatGPT. Das ist ein relativ starkes Signal für einen echten Klick aus einer KI-Oberfläche.

Ein ChatGPT-UTM-Aufruf bedeutet: Die Ziel-URL enthält `utm_source=chatgpt.com`. Das ist ebenfalls wertvoll, aber man muss prüfen, ob der Parameter wirklich von außen kam oder intern weitergetragen wurde.

In der Auswertung von gartenstauden.de tauchten konkrete UTM-Zielseiten auf, zum Beispiel:

```
/gartenstauden/echium-vulgare-natternkopf?utm_source=chatgpt.com  
/gartenstauden/helleborus-niger-christrose?utm_source=chatgpt.com  
/gartenstauden/cerastium-arvense-acker-hornkraut?utm_source=chatgpt.com  
/gartenstauden/sedum-acre-mauerpfeffer?utm_source=chatgpt.com  
/garten-blog/wilde-rhododendron-arten-aus-europa-fuer-den-naturgarten?utm_sou  
/gemuese/rosenkohl?utm_source=chatgpt.com
```

Das ist ein gutes Signal. Es zeigt nicht nur Crawling, sondern konkrete Zielseiten, die aus KI-Kontexten heraus aufgerufen wurden.

Warum gartenstauden.de besser abschneidet, als montviso.de

Obwohl gartenstauden.de technisch veraltet und chronisch vernachlässigt ist, hat die Webseite für KI-Sichtbarkeit mehrere Vorteile.

- **Die Seite ist stark strukturiert.** Viele Inhalte folgen einem wiedererkennbaren Muster: Pflanzename, deutscher Name, Eigenschaften, Standort, Verwendung, Themenbezug.
- **Die Inhalte sind langfristig relevant.** Pflanzen, Standortansprüche und Naturgartenthemen sind Evergreen-Inhalte. Sie veralten nicht so schnell wie Nachrichten.
- **Es gibt viele Long-Tail-Seiten.** KI-Anfragen sind oft sehr konkret. Eine große Datenbank mit vielen einzelnen Pflanzenarten und Sorten passt gut zu solchen Fragen.
- **Es gibt Themen- und Detailseiten.** KI-Systeme können sowohl allgemeine Übersichtsseiten als auch konkrete Pflanzenporträts abrufen.
- **Die Inhalte beantworten echte Nutzerfragen.** Wer eine Pflanze sucht, sucht selten nur einen Namen. Meist geht es um Standort, Pflege, Nutzen für Tiere, Trockenheitsverträglichkeit, Schatten, Blütezeit oder Kombinationen.

Kurz gesagt: gartenstauden.de ist nicht nur eine Website, sondern eine strukturierte Wissenssammlung. Genau solche Inhalte sind für Künstliche Intelligenz gut verwertbar.

Warum Montviso schwächer abschneidet

Die Firmenwebseite Montviso.de ist eine Unternehmenswebsite für Webentwicklung und komplett anders aufgebaut.

Die Logauswertung zeigt, auch Montviso wird von KI-Crawlern gefunden. OpenAI, Anthropic, Perplexity, Meta und Apple rufen Inhalte ab. Aber es gab im ausgewerteten Zeitraum Juni 2026 nur zwei Aufrufe über KI-Plattformen. Beide betreffen den Blog.

Das Ergebnis ist nachvollziehbar:

Montviso hat weniger Seiten und weniger datenbankartige Inhalte. Die Website ist stärker auf Dienstleistungen, Referenzen und Blogartikel ausgerichtet. Solche Inhalte können für KI-Systeme relevant sein, aber sie erzeugen weniger Long-Tail-Treffer als eine große Pflanzen-Datenbank.

Außerdem ist die Nutzerintention anders. Bei gartenstauden.de gibt es sehr viele konkrete Sachfragen. Bei Montviso geht es eher um Dienstleistersuche, Vertrauen, Projektbedarf und technische Beratung. Solche Anfragen führen seltener direkt zu sichtbaren KI-Klicks.

Das heißt nicht, dass Montviso ungeeignet für KI-Sichtbarkeit ist. Es bedeutet nur: Die Optimierung muss anders aussehen.

Für solche Dienstleister-Webseiten sind besonders geeignet:

- Fachartikel
- Vergleichsartikel
- FAQ-Seiten
- Praxisbeispiele
- Glossar- und Erklärseiten zu technischen Begriffen

Je konkreter eine Seite eine typische Nutzerfrage beantwortet, desto besser ist sie für KI-Systeme verwertbar.

Typische Fehlinterpretationen

- Viele GPTBot-Zugriffe bedeuten nicht automatisch viele Besucher. Sie zeigen zuerst nur, dass OpenAI Inhalte abrufen.

- Ein UTM-Parameter bedeutet nicht immer einen sicheren ChatGPT-Klick. Der Parameter kann intern weitergetragen werden.
- Fehlende Referrer bedeuten nicht automatisch fehlende KI-Sichtbarkeit. Manche Apps und Browser geben Referrer nicht zuverlässig weiter.

Interesse an einer ersten Einschätzung?

Jede Website ist anders. Eine große Wissenssammlung liefert andere Signale als eine kleine Unternehmenswebsite. Deshalb lohnt sich ein genauer Blick in die eigenen Logdateien: Welche KI-Crawler kommen vorbei? Welche Seiten werden aufgerufen? Gibt es UTM- oder Referrer-Hinweise aus ChatGPT, Perplexity & Co.?

Wenn Sie eine erste Einschätzung zur KI-Sichtbarkeit Ihrer Website wünschen, unterstütze ich Sie gerne bei der Auswertung und Einordnung der vorhandenen Daten.

Ausrichtung

Mittig

bg-primaryHintergrund 1

[Kontakt](#)